



経営 トップに聞く

株式会社開邦工業 代表取締役 玉寄 将 氏

特集1 沖縄県内におけるジャパンウィンターリーグ開催による経済効果

特集2 沖縄の Society5.0 を考える PART2

第3回 株式会社アナザーブレイン 代表取締役 久田 智之 氏に聞く



経営トップに聞く 01

株式会社開邦工業

～離島や過疎地域に寄り添い全国展開を進め、沖縄から国内企業として確かな地位を築く～

代表取締役 玉寄 将 氏

**特集1 沖縄県内におけるジャパンウィンターリーグ
開催による経済効果** 06

りゅうぎん総合研究所 研究員 中地 紀咲

特集2 沖縄の Society5.0 を考える PART2 24

第3回 株式会社アナザーブレイン 代表取締役 久田 智之氏に聞く

りゅうぎん総合研究所 社長付特命部長 志良堂 猛史

アジア便り 台湾 31

～台湾プロ野球～

レポーター:安慶名 庸(琉球銀行法人事業部)

則和企業管理顧問有限公司(琉球銀行業務提携先/台湾現地コンサルタント会社)へ出向中

新時代の教育研究を切り拓く 34

1. 沖縄から世界へOISTが描くスマート農業の未来

2. EXPERT-Jプログラムにより、さらなるグローバルな科学研究の卓越性を推進

沖縄科学技術大学院大学 コミュニケーション・広報ディビジョンメディアセクション

(同大学のHP記事より許可を得て転載)

行政情報192 37

内閣府沖縄総合事務局経済産業部

県内の景気動向 (2025年9月) 40

～景気は、緩やかに拡大している(25カ月連続)～

学びバンク 52

・若者の県外流出 ～つながる仕組みが大切～

りゅうぎん総合研究所 調査研究部 研究員 中地 紀咲

・伝統文化と観光振興 ～付加価値高め調和図る～

りゅうぎん総合研究所 調査研究部 研究員 米須 唯

・沖縄の産業まつり ～幅広い産業「今」を凝縮～

りゅうぎん総合研究所 取締役調査研究部長 安仁屋 宗哲

・空間ID ～屋内の細かな位置特定～

りゅうぎん総合研究所 特命部長 志良堂 猛史

注:所属部署、役職は執筆時のものです。

経営情報 企業区分ごとの適用税制等 54

提供 太陽グラントソントン税理士法人

沖縄県内の主要金融経済指標 56

離島や過疎地域に寄り添い 全国展開を進め、沖縄から 国内企業として確かな地位を築く。



株式会社開邦工業
代表取締役 玉寄 将 氏

株式会社開邦工業は、ごみ焼却施設や火葬炉の設計・製造・施工・維持管理などを行う企業である。1979年に創業し、今年で設立46周年を迎える。同社は、離島や過疎地域への導入にも力を入れており、誰でも扱いやすく、故障の少ない炉づくりに取り組んでいる。生活インフラを支える使命感を胸に、地域に根ざした経営も大切にしている。今回はうるま市州崎にある本社を訪ね、玉寄社長に自社の主力事業や人材育成の取り組み、今後の展望等について伺った。

インタビューとレポート 中地 紀咲

設立経緯について教えてください。

1979年、父・玉寄英一によって当社は設立されました。当時、沖縄にはごみ焼却炉の修理やメンテナンスを行える技術者がほとんどおらず、故障が発生すれば県外のメーカーに依頼するしかありませんでした。その結果、対応にかかる費用や時間が大きな負担になるという地域の現状を目の当たりにし、「沖縄にも自前の技術が必要だ」という強い思いから、会社の設立に至りました。

創業者はもともと東京の会社でごみ焼却炉の設計を手がけていました。30代になり故郷・沖縄へ戻り、伊良部島で初めて焼却炉を製造しま

した。地元の村長から「やる気のある若者に任せよう」と信頼を寄せられたことが、当社の第一歩となりました。

社長ご自身の経歴についてお聞かせください。

私は幼少期までは神奈川県で過ごし、小学生の頃に沖縄へ来ました。引っ越しの際、数日間に渡る船旅の経験から船員になることに強い憧れを抱き、高校卒業後は無線通信の専門学校に進学しました。

卒業後は夢を追って遠洋マグロ漁船に乗り込み、1日20時間働くこともある過酷な環境に身を置きながら、数か月もの航海を経験しました。



株式会社開邦工業 本社（うるま市州崎）

アフリカ・ケープタウン沖などの漁場にも赴き、世界を相手に仕事をする厳しさと達成感を学びました。

その後、無線通信士の資格を取得し、縁あって鹿児島県庁の漁業取締船・調査船の通信士として約9年間勤務し、船員として安定した生活を送っていました。

35歳のとき、父から開邦工業の後継者にならないか、という話をもらいました。仕事も上手くいっていたことや、海以外の仕事を知らないことに不安があり大変迷いましたが、「自分だけに与えられたチャンスだ」と前向きに捉え、沖縄へ戻ることを決意しました。その後開邦工業へ入社し、最初は現場仕事から携わりました。入社から4年後には社長へ就任し、父である創業者が会長として支援するなか、会社の舵を取ることとなりました。

御社の主力事業についてお聞かせください。

当社の主力事業は、ごみ焼却施設および火葬炉の設計・製造・施工・維持管理です。これらの施設は地域の生活インフラを支える根幹であり、その安定稼働を通じて安心・安全な暮らしの実現に貢献しています。

特に当社は、離島や過疎地域といった、他社がなかなか手を出しにくいエリアへの導入にも積極的に取り組んでいます。こうした地域では、専門職員を常時配置することが難しいという事情があります。そのため、当社が設計・製造する炉は、地域で雇用した専門性がない方でも操作できるシンプルな操作性と、メンテナンスしやすい構造、そして低コストかつ故障の少ない堅牢性を兼ね備えた製品を設計しています。当社は沖縄本島をはじめ、伊良部島・南北大東島・多良間島・渡嘉敷島、さらに東京都の新島・三宅島・神津島・父島など、多くの離島での施工実績を持ち、地域の実情に即した施設づくりに努めてきました。

このように実績を重ねてきた当社ですが、過去には当社の炉の設計を担っていた創業者が退いたことにより、新設炉の製造を一時中断していた時期がありました。しかし、「もう一度、炉メーカーとしての技術を復活させたい」という強い思いから、2017年に東京都の新島村で新たなごみ焼却炉の受注を受け、製造に着手しました。完成までに約2年半を要した上に、当時は大きな赤字を出してしまいました。社員の退職も相次ぎ、「もう駄目かもしれない」と思ったほ



社員集合写真



社内勉強会（金融セミナーの様子）



開邦工業製焼却炉



開邦工業製焼却炉

どの苦境に立たされました。

それでも、残った社員とともに必死で立て直しを図り、その経験が組織全体の工程管理力や原価意識を大きく高める結果となりました。その後は少しずつ受注も戻り、現在では新設炉の製造案件も増え、ようやく軌道に乗ってきたという実感があります。

社員教育についてお聞かせください。

当社では「方針を守り、方向性をそろえることで組織力を最大化する」という考えのもと、人材育成に力を入れています。特に重視しているのが資格取得支援で、全社員に対し年間2つの資格取得を推奨しています。試験にかかる費用や渡航費は会社が全額負担しており、社員が安心して学び、挑戦できる環境を整えています。また、取得資格が増えるほど月給が上がる手当制度も整備し、1資格あたり500円から3万円で、最大で月額10万円を支給しています。また、基本給も毎年上がるようにしており、能力に応じて職能給が昇降する制度も導入しています。実際、ここ数年では毎年平均して5～8%の昇給を実現しています。これはベースアップに加え、賞与や昇格なども含めた実質的な待遇改善によ

るもので、社員のやる気にもつながっています。

さらに、当社では社員教育の一環として定期的な勉強会を実施しています。毎月3回、理念や行動指針をテーマにした30分程度の勉強会を開いています。社員同士が率直に意見を交わすことで、理念の理解と定着が進んでいます。

こうした取り組みを通じて、単なるスキルアップにとどまらず、「自ら考えて動ける人材」の育成を目指しています。社員一人ひとりが誇りを持って働き、成長を実感できる会社づくりを今後も続けていきます。

経営理念についてお聞かせください。

当社の経営理念は、「住み良い豊かな環境を創る」というものです。これは創業者が掲げた理念であり、地域に根ざし生活インフラを支える施設を創り続けてきた開邦工業の原点ともいえる考え方です。焼却炉や火葬炉といった、人々の暮らしを支える設備を通じて、地域にとってなくてはならない企業を目指してきました。

この理念を土台に、改めて社のあり方を見つめ直し、社訓として以下の3つを掲げました。

- ・開邦工業は、人と人を愛情で結ぶ企業である。
- ・開邦工業は、日々の成長を常とする企業である。



新入社員研修



新島村ごみ焼却場



小笠原村父島ごみ焼却炉



第51期安全大会

・開邦工業は、家族に並ぶ結束をもって業を成す企業である。

この社訓は、私を含めた全社員のありたい姿を定めたものです。社員同士、そしてお客様へも愛情をもって接し、成長を続け、家族のように支え合いながら仕事に向き合いたいという想いが込められています。こうした誠実さをもって仕事をする事で、より価値のあるものを生み出し、提供できる企業になるのだと考えています。

この理念や社訓を全社員に浸透させるために、当社では毎年「経営計画書」を更新し、5年先を見据えた目標や基本的な行動方針を明文化しています。数値目標にとどまらず、「出社したらその場所で立ち止まり挨拶をする」といった当たり前のこともあえて記載し、会社としての文化を育てています。

また毎年、経営計画発表会を実施し、全社員で理念や目標を共有する機会を設け、日常の実践として落とし込めるよう取り組んでいます。

地域の暮らしを支える企業として、今後も理念を軸に据えた経営を続けてまいります。

地域貢献活動についてお聞かせください。

開邦工業は、創業以来「地域に根ざした企業」であることを大切にしてきました。離島や過疎地での施工・管理も積極的に取り組む当社ですが、そのような地域では、物資が十分に届かないことも珍しくありません。そこで当社では、たとえ専門外のことであっても、現地の住民の声に真摯に耳を傾けるよう社員に伝えています。実際に現地の声を聴き、訪問する際には石鹸やゴミ袋など、生活に必要な衛生用品・日用品を持参し、必要に応じて販売も行っています。こうした取り組みは直接的な利益にはなりませんが、地域に必要とされる存在として信頼を積み重ねていくことが、当社にとっての何よりの価値だと考えています。

また、現地での経済活動を少しでも後押ししたいという思いから、離島出張時に社員が現地で消費した飲食物やお土産などは費目を問わず、会社が半額を補助する制度も導入しています。現地での消費が増えることで、地域経済に少しでも貢献できればという思いから始まった取り組みです。制度を通じて社員も地域との関わりをより深く実感し、自分たちの仕事が地域を支えているという誇りにつながっています。



今後の展望についてお聞かせください。

今後、当社はごみ処理場などの新設事業にも一層力を入れていきたいと考えています。これまでの実績と技術を活かし、新たな施設づくりにも積極的に取り組んでまいります。その対象は沖縄県内にとどまらず、全国の離島や過疎地への対応を目指しています。

当社は東京支社と東北支社を構え、東京の離島や福島、宮城などの地域でも実績を積み上げてきました。現在では東京を中心とした沖縄県外の売り上げが全体の半分以上を占めています。

また東北支社は、コロナ禍の2020年に立ち上げたにもかかわらず、初年度から1億円を超える売上を記録し、地元との信頼関係も着実に築いてきました。これを一つのモデルとして、今後は全国展開を本格化させていきたいと考えています。

その目標として掲げているのが、5年以内に売上を現在の3倍以上に伸ばすことです。もちろん高い目標ではありますが、「まずは目指そうと思わないと実現できない」、「何かをしたいと思わないかぎり、目標に向かって努力しない」との思いで、あえて挑戦的な数値を設定しました。そのために、中期経営計画も具体的に策定して

法人概要

商 号：株式会社開邦工業
 住 所：沖縄県うるま市字州崎7番地19（本社）
 沖縄県沖縄市泡瀬4丁目23番10号1B（本店）
 東京都港区浜松町2丁目2番15号6F（東京支社）
 宮城県仙台市泉区七北田字杉ノ田13番地7207（東北支社）

連 絡 先：098-934-2811
 設 立：1979年2月14日
 役 員：代表取締役 玉寄 将
 従 業 員 数：106名（2025年10月時点）
 U R L：<https://www.kaiho-k.co.jp/>
 事 業 内 容：一般都市ごみ焼却炉メーカー、火葬炉メーカー、各種焼却炉の企画、設計、製造、設置、施工、点検整備、メンテナンス、改造、排水処理施設・リサイクル施設・し尿処理施設・最終処分場の運転管理、メンテナンス、その他販売等

おり、年度ごとの委託業務や案件について、5年先までの受注リストを整理しています。どのタイミングで、どの地域で、どのような案件に取り組むのかを明確にし、計画的な成長を図る仕組みを整えています。

これからも社員とともに挑戦を重ね、社会に必要とされる企業として、持続可能な成長を目指してまいります。

最後に

当社は皆様に支えられ、ここまで発展してまいりました。苦しい時期もありましたが、そのたびに社員が力を合わせ、立て直しに尽力してくれました。多くの困難を乗り越えられたのは、共に汗を流してくれた社員をはじめ、支えてくださったお取引先、地域の皆様のおかげです。心より感謝申し上げます。

これからも「住みよい豊かな環境を創る」という理念のもと、地域に根ざした事業を続けてまいります。

今後とも変わらぬご指導、ご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

特集1

沖縄県内におけるジャパン ウィンターリーグ開催による 経済効果

～ジャパンウィンターリーグ2024の 経済効果は5億8,300万円～



りゅうぎん総合研究所
研究員
中地 紀咲

要 旨

- ・ジャパンウィンターリーグは2022年より毎年11月～12月に沖縄県内の球場にて開催される野球のリーグ戦である。
- ・同リーグは、プロ野球を目指す選手たちの挑戦の場となる「トライアウトリーグ」と、プロ野球や社会人野球の選手がスキルアップを目指して参加する「アドバンスリーグ」の2種類に分けられる。国内に加え海外からの参加も多く、2024年に開催されたジャパンウィンターリーグ2024では139名の選手が参加し、うち海外選手が半数を超えた。
- ・同リーグには、国内外のプロ野球、独立リーグ、社会人野球、MLBなど多くの球団のスカウトが参加し、2024年大会ではトライアウト参加選手78名中26名が契約を獲得した。
- ・2024年大会の延べ観客数は3,005人となり、前年の約1.5倍となった。これをもとに試算した同大会の沖縄県内における経済効果は5億8,300万円となった。
- ・スポーツツーリズム推進に向けた3つの取組みとして、2025年より新たに開催されたジャ

パンサマーリーグ、2025年11月に開幕を予定しているジャパンウィンターリーグ2025、将来的に目指す「ベースボールEXPO」構想を紹介する。

- ・同リーグの成長に向けた課題として、①認知度・ブランド力の向上、②地域コミュニティとの連携強化をあげた。ブランドイメージを明確にし、先ず開催地沖縄での認知度を高め、それを基盤に全国的な知名度とブランド力を高めること、また持続的な成長のためにも地域コミュニティといった外部団体との連携強化が求められる。
- ・同リーグの参加選手数や観客数が増加することで、経済効果もさらに拡大することが見込まれ、その効果は沖縄の「観光需要の年間平準化」の一助となり得る。今後、課題を一つずつ乗り越えながら成長を続けることで、同リーグが「スポーツアイランド沖縄」を象徴するコンテンツへと発展を遂げることに期待したい。

1. はじめに

2025年、沖縄尚学高等学校が夏の甲子園で初優勝を果たし、県内では大きな歓喜と祝福の声が広がった。また9月には、WBSC U-18野球ワールドカップ¹も県内で初めて開催されるなど、全国的に話題となる出来事があり、県民の高い野球熱が改めて示された。

このように野球に親しむ環境が築かれている沖縄を舞台に、地域産業の活性化にも寄与する新たなコンテンツとして、2022年よりジャパンウィンターリーグが開催されてい

る。同リーグは「陽の目を見ない場所に光を」をコンセプトに掲げ、プロ野球を目指す選手の挑戦の場となるトライアウトや、プロ・社会人野球選手のスキルアップの場を提供する国内初の本格的なウィンターリーグである。沖縄県の「令和5年度スポーツツーリズム戦略推進事業」においてモデル事業に選定されるなど、「スポーツアイランド沖縄」の形成に向け、今後さらなる発展が期待されるなか、2025年8月には高校生を対象としたジャパンサマーリーグも発足し、わずか数年でその

活動の幅は急速な広がりを見せている。

本レポートは昨年に続く第2回調査となる。前回調査では、同リーグが歴史は浅いながらも観客数や参加選手数を伸ばした成長性と、野球界の登龍門として国内外から注目を集める存在感を示した。

本レポートではジャパンウィンターリーグの概要を振り返った後、同リーグ開催が沖縄県経済にもたらす効果を定量的に分析する。そして、県内のスポーツツーリズムの更なる推進が期待される、株式会社ジャパンリーグ（同リーグ主催）の新たな取り組みを紹介し、今後の発展に向けた課題と展望を考察する。

2. ジャパンウィンターリーグについて

(1) ウィンターリーグとは

ウィンターリーグは冬季に行われる野球リーグの総称であり、シーズンオフの時期に選手へ実戦機会を提供することを目的としている。主に温暖な地域にて、レギュラーシーズンが終了した後に行われ、若手選手の育成や実績を積みたい選手の実戦の舞台として位置づけられてきた。

代表的なものとして、アメリカの「アリゾナフォールリーグ (Arizona Fall League)」があり、メジャーリーグ機構（以下、MLB）直轄で若手有望株を育成する場として知られている。またカリブ海諸国でもウィンターリーグが盛んに行われ、これらはメジャーリーガーや有望なマイナーリーガーが参加する国際的な舞台として機能してきた。アジアでは台湾を中心に「アジアウィンターベースボールリーグ（以下、AWB）」が2012年から開催されており、台湾プロ野球の若手選手をはじめ、日本や韓国からの選抜チームも参加し、アジア地域における冬季の育成・交流の中心地としての役割を果たしてきた。

日本国内においては、こうした冬季リーグ

が長らく存在していなかったため、出場機会を求める若手選手は海外のウィンターリーグへ「武者修行」として派遣されてきた経緯がある。特に一般社団法人日本野球機構（以下、NPB）に加盟する球団は、台湾のAWBへ継続的に若手を送り、実戦経験を積ませてきた。しかし海外リーグへの参加は移動や環境適応の負担も大きく、国内で同様の育成機会が求められていた。

こうした背景を受け、2022年に誕生したのがジャパンウィンターリーグである。国内初の本格的なウィンターリーグとして沖縄に設立され、その活動の幅を広げてきた。現在、選手にとっては「日本にいながら挑戦できる実戦の場」となり、また観客にとっては「冬でもプロレベルの野球を楽しめる新たな舞台」として注目を集めている。

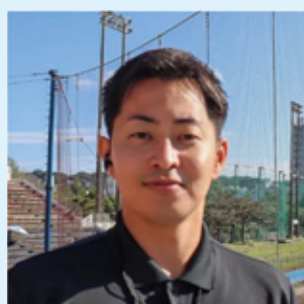
(2) ジャパンウィンターリーグの概要

ジャパンウィンターリーグは、2022年に株式会社ジャパンリーグ（2022年設立、鷲崎一誠社長）が主催して発足した野球のウィンターリーグである。

発足の背景には、鷲崎氏自身の経験がある。大学時代、野球部に在籍するも十分な出場機会を得られず悔しさを抱えていたが、アメリカのウィンターリーグに参加したことで自らの力を発揮し、気持ちを整理することができたという。この体験を通じ、「同じような思いを抱える選手に、日本で挑戦する場を提供したい」と考え、設立に至った。

同リーグの開催地に沖縄を選んだ理由として、鷲崎氏は①冬場でも野球ができる温暖な気候、②オフの日には観光ができるリゾート地、③プロ野球春季キャンプを例に野球が盛んな地域であることの3つを挙げている（図表1）。

図表1 ジャパンウィンターリーグの舞台として沖縄を選んだ理由



- ①冬場でも野球ができる温暖な気候
 - ②オフの日には観光ができるリゾート地
 - ③プロ野球春季キャンプなど野球が盛んな地域
- （株式会社ジャパンリーグ代表 鷲崎氏）

出所：りゅうぎん総合研究所にて作成（写真はジャパンウィンターリーグHPより引用）

ジャパンウィンターリーグは、次の「トライアウト」と「アドバンス」の2種類に分けられる。

①トライアウトリーグ

トライアウトリーグは、プロ野球を目指す選手の「挑戦の舞台」である。満15歳以上(義務教育修了者)の野球経験者であれば一般選手でも参加でき、参加者は約1か月間のリーグ戦を通して、国内外から集結したスカウトへその実力を存分にアピールできる。

従来、プロ野球を目指す若者は、高校や大学野球、あるいは独立リーグで活躍しドラフト指名を受けて入団するのが一般的なルートであり、その他の選択肢は少なかった。12球団合同トライアウト²も実施されているが、その対象は戦力外通告を受けた元プロ選手や独立

リーグ経験者に限定されており、一般の選手は参加できない。さらに、開催は年に一度、一日限りで、短時間で実力を発揮しなければならない厳しい環境であった。

こうした課題を補う仕組みとして誕生したのがトライアウトリーグである。その特徴は大きく4点に整理できる(図表2)。①約1か月に及ぶ長期間のリーグ戦によって実力を発揮し、スカウト側とマッチングの整合性を高める実践環境の提供、②全試合の選手の評価を定量データ化しリモートでスカウトができる仕組み、③国内外のプロ野球や独立リーグ、社会人野球などのスカウトを集約し多様な進路の提供、④指導者やアナリスト、トレーナーなどの様々な関係者が集まる野球界のプラットフォームとして機能していることである。

図表2 トライアウトリーグの4つの特徴

1.実践環境の提供 選手は長期間のトライアウトによって実力が発揮でき、スカウト側も本来の実力と人間性がわかり、マッチングの整合性が高まります。	2.リモートスカウティング 全試合の選手の評価を定量化(スタッツ、トラッキングシステムでの数値データ、動画)することで直接選手を見れなくてもリモートでスカウティングができる新しいトライアウトです。
3.多様な進路 MLB、NPB、国内独立リーグ、海外独立リーグ、社会人野球などそれぞれでスカウティングやトライアウトをしていたものを集約化することで参加者の進路を広げることができます。	4.野球界のプラットフォーム 世界中から様々なバックボーンのプレーヤーが参加します。 野球選手はもちろん指導者、アナリスト、アナウンサー、トレーナーなど野球に携わる様々なプレーヤーが集い、化学変化が起きるプラットフォームです。

出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料より抜粋

②アドバンスリーグ

アドバンスリーグは、プロ野球や社会人野球の現役選手を対象に、スキルアップと実戦経験の提供を目的として設立された実戦型リーグである。国内のプロ野球・独立リーグ・社会人野球に加え、韓国や台湾のプロ球団からも選手が派遣され、各球団から集まった選

手が混成チームを編成し、約1か月間にわたってリーグ戦を行う。海外の球団を積極的に招き入れている点は、既存の国内リーグには見られない特徴である。

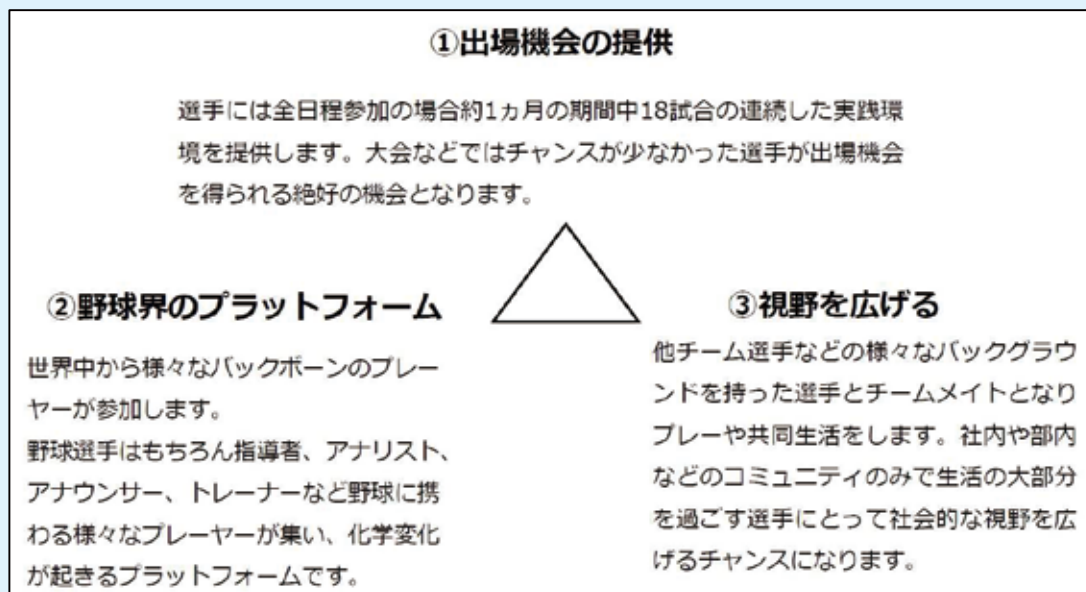
プロ野球や社会人野球の世界では、シーズン中に十分な実戦の機会に恵まれないことも多くある。特に一軍の控え選手や二軍・三軍、

育成選手は、試合経験の不足により翌シーズンに向けた成長の機会を得られず、課題となっていた。国内ではNPBが10月頃から宮崎で「みやざきフェニックス・リーグ」を開催し、この課題に対応してきたが、参加選手は基本的にNPB所属選手に限られていた。

こうした環境の限界を補完する存在として誕生したのがアドバンスリーグである。その

特徴は3点に整理できる(図表3)。①大会などへの参加が少なかった選手への出場機会の提供、②指導者やアナリスト、トレーナーなどの様々な関係者が集まる野球界のプラットフォームとしての機能、③他チーム選手など様々なバックグラウンドを持つ選手と交流ができ、視野を広げる機会を提供していることである。

図表3 アドバンスリーグの3つの特徴



出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料より抜粋

(3) ジャパンウィンターリーグのあゆみ

ジャパンウィンターリーグのあゆみを図表4に整理した。

① ジャパンウィンターリーグ(第1回大会)

2022年に初めて開催されたジャパンウィンターリーグは、トライアウトリーグのみで実施され、海外選手7名、県出身15名を含む66名の選手が参加した。試合中の選手の投球や打球データを数値化し、そのトラッキングデータをYouTubeにて試合中継と併せて配信する国内初の取組みを行い、リモートでもスカウティングが可能な新たな仕組みが話題となった。その仕組みが奏功し、国内のプロ野球、独立リーグ、社会人野球、MLBなどから31球団ものスカウトが参加した。その結果36名の選手がスカウトされ、うち10名が契約を獲得した。開催期間中には始球式や野球教室などのイベントも行われ、観客は延べ約1,000人となった。

② ジャパンウィンターリーグ2023

2023年の第2回大会では、アドバンスリーグが新設され、参加者は前年より35名増の101名に拡大し、そのうち海外選手は31名と全体の約3割を占めた。トライアウトリーグには日本、韓国、アメリカ、イギリスなど世界各国から50名の選手が参加した。また、独立行政法人国際協力機構(JICA)と提携、「世界の野球選手に光を」プロジェクトを実施し、アルゼンチンU-23代表選手の招聘も実現した。アドバンスリーグには、国内独立リーグや実業団などから派遣された50名の選手が参加し、計32試合が行われた。スカウトは国内外から31球団参加し、契約を獲得した選手は27名と前回の2倍以上となった。また、コーディネーターとして参加していたスタッフが打撃コーチとしてスカウトされ契約するなど、選手のみならずコーチ陣の新たなキャリアを得る機会ともなった。

③ジャパンウィンターリーグ2024

第3回となるジャパンウィンターリーグ2024の大会期間中の延べ観客数は3,005人となり、初回の約3倍となった。最大の特徴は、NPB球団から初めて選手派遣が行われたことである。埼玉西武ライオンズ、東北楽天ゴールデンイーグルス、横浜DeNAベイスターズから選手が参加し、NPB各球団との連携が強まった。さらに台湾プロ野球リーグや

韓国プロ野球リーグからも実力ある選手が加わり、国際的な競技水準が大きく高まった。また、2023年に海外選手8名が契約を獲得した実績を背景に、2024年は海外からの参加選手数が79名と前年の約2.5倍に拡大し、ジャパンウィンターリーグが世界に向けた「日本野球界への窓口」として認知されつつあることが示された。

図表4 ジャパンウィンターリーグのあゆみ(2022年～2024年)

	①ジャパンウィンターリーグ（第1回）	②ジャパンウィンターリーグ2023	③ジャパンウィンターリーグ2024
開催日程	2022年11月24日～12月25日	2023年11月25日～12月24日	2024年11月23日～12月24日
開催球場	コザしんきんスタジアム 宜野湾市立野球場 ANA BALL PARK浦添 オキハム読谷平和の森球場	コザしんきんスタジアム 宜野湾市立野球場 ANA BALL PARK浦添	コザしんきんスタジアム
開催リーグ	トライアウトのみ	トライアウト、アドバンス	トライアウト、アドバンス
参加選手数	66人	101人	139人
（うち海外）	7人	31人	79人
（うち県出身）	15人	10人	11人
契約者数	10人	27人	26人
観客数	1,000人	2,040人	3,005人

出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

ジャパンウィンターリーグ2024のリーグ別の概要を図表5に整理した。

アドバンスリーグは11月23日～12月17日にかけてコザしんきんスタジアムにて計32試合が行われ、参加選手は61名（うち海外34名）となった。2024年大会よりNPB、台湾と韓国のプロ野球球団からも選手が派遣され、試合水準が高まると同時に、選手層の多様化が進んだ。また中国野球協会からは、U-23代表を主体とするチームとして26名が参加し、開幕2週間前から沖縄で事前合宿を行うなど積極的な姿勢を示した。

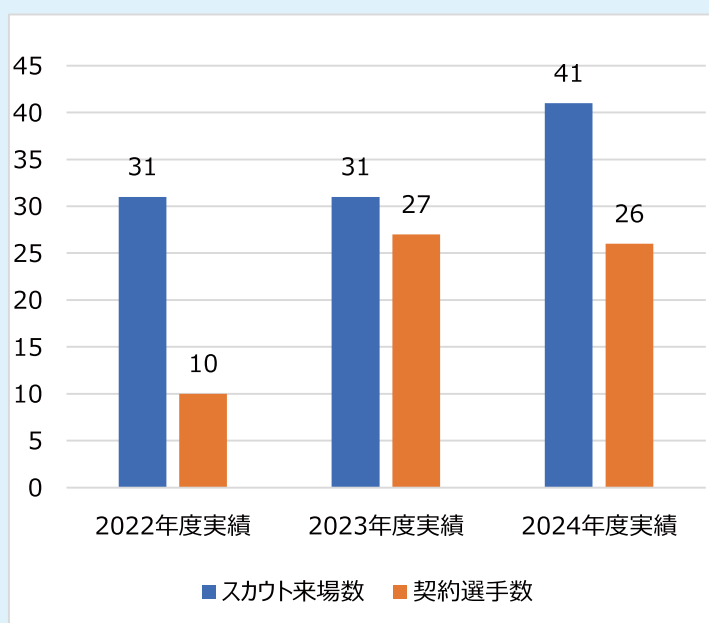
トライアウトリーグは、11月25日～12月24日にかけてコザしんきんスタジアムにて21試合が行われ、参加選手は78名（うち海外45名）となった。日本をはじめ、アメリカやイ

スラエルなど世界各国から多様な選手が集まり、国際色豊かなリーグとなった。また、元広島東洋カープで沖縄県出身の内間拓馬選手や、MLBに属するサンディエゴ・パドレス出身のロビー・テネロビッツ選手など、実績のある選手も参戦し、試合のレベルはより高いものとなった。その結果、内間選手は米・独立リーグのオタワタイタンズと契約し、テネロビッツ選手は西武ライオンズからキャンプ招待を受けるなど、国内独立リーグだけでなく、NPBや米・独立リーグと契約する選手も現れた。最終的に同リーグからは、参加者の3割以上にあたる26名が契約し、選手のキャリア形成の場としての役割が一層強まった（図表6）。

図表5 ジャパンウィンターリーグ2024 リーグ別概要

	アドバンス	トライアウト
開催日程	2024年11月23日～12月17日	2024年11月25日～12月24日
開催球場	コザしんきんスタジアム	コザしんきんスタジアム
参加選手数	61名	78名
(うち海外)	34名	45名
(うち県出身)	1名	10名
契約者数	対象外	26名

出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

図表6 ジャパンウィンターリーグ
契約選手・スカウト来場実績

出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料より
りゅうぎん総合研究所にて作成

また11月24日の開幕時には、地元企業と連携し「こども&ファミリーフェスティバル」と「コザフードフェスティバル」が同時開催された(図表7)。入場無料のイベントではキッチンカーでの食事提供のほか、地域の団体によ

るダンスパフォーマンス、学校法人によるストラックアウト・親子のスポーツ体験・体力測定など、地域住民とともに盛り上げる企画が実施された。

写真



写真：ジャパンウィンターリーグ公式Instagramより

図表7 ジャパンウィンターリーグ2024開幕イベントの様子



出所：（左）子ども&ファミリーフェスティバル2024パンフレット、（中央）コザフードフェスティバルパンフレット
（右）りゅうぎん総合研究所にて撮影

さらにジャパンウィンターリーグ2024では、スポーツ専門の動画配信サービス「DAZN（ダゾーン）」と提携し全試合のLIVE中継および見逃し配信が行われ、YouTubeも含むオンラインでの視聴回数は計55,242回に達した（図表8）。沖縄の球場で繰り広げられる熱戦

が、現地の観客にとどまらず、全国さらには海外の野球ファンへと届けられた。現地に足を運べないファンにとって観戦機会が広がったことはもちろん、選手たちの挑戦の姿を幅広い層に発信できた意義は大きく、リーグの存在感を一段と高める契機となった。

図表8 ジャパンウィンターリーグ2024 対象メディア別中継放送

プラットフォーム	延べ リーグ中継本数	延べ中継時間 (時：分：秒)	延べ視聴回数
DAZNLive	53	119:50:00	14,104
DAZN見逃し			13,717
ジャパンウィンターリーグ公式YouTube	53	119:50:00	27,421
合計	106	238:30:00	55,242

出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料より

3. ジャパンウィンターリーグ2024の経済効果 (産業連関表について)

産業連関表とは、一定期間(通常1年間)において、ある特定の地域で行われた財やサービスの経常的な取引(生産・販売の実態)を行列形式で表にまとめたものである。

各産業は、他の産業から原材料や燃料などを購入し、これを加工して別の財・サービスを生産し、さらにそれを別の産業に対して販売する。購入した産業は、それらを原材料等としてまた別の財・サービスを生産する。産業連関

表は、このような財・サービスの「購入→生産→販売」という産業相互間の連鎖的なつながりを一覧表にしたものである。³

本調査では、最も新しい2015年(平成27年)沖縄県産業連関表を用いて経済効果分析を行う。なお、沖縄県が作成した14部門表には、同リーグ開催による需要増加が見込まれる「宿泊業」や「飲食サービス業」等がないため、公表用基本分類表(行458部門、列367部門)より部門を抽出し、分析や比較に適した形で24部門表を作成した(図表9)。

図表9 産業連関表の組み換え

14部門表		24部門表	
部門名		部門名	
1	農林水産業	1	農林水産業
2	鉱業	2	製造業
3	製造業	3	建設業
4	建設業	4	電気・ガス・水道
5	電気・ガス・水道	5	卸売業
6	商業	6	小売業
7	金融・保険	7	金融・保険業
8	不動産	8	不動産業
9	運輸・郵便	9	運輸・倉庫業
10	情報通信	10	旅行・その他の旅行附帯サービス
11	公務	11	情報・通信・郵便業
12	医療・保健・社会保障・介護	12	公務
13	サービス	13	教育・研究
14	その他	14	医療・福祉
		15	会員制企業団体
		16	対家計民間非営利団
		17	貸自動車業
		18	物品賃貸業(除く貸自動車)
		19	対事業所サービス
		20	宿泊業
		21	飲食サービス業
		22	対個人サービス
		23	事務用品
		24	分類不明

出所：りゅうぎん総合研究所

(経済効果算出の手順)

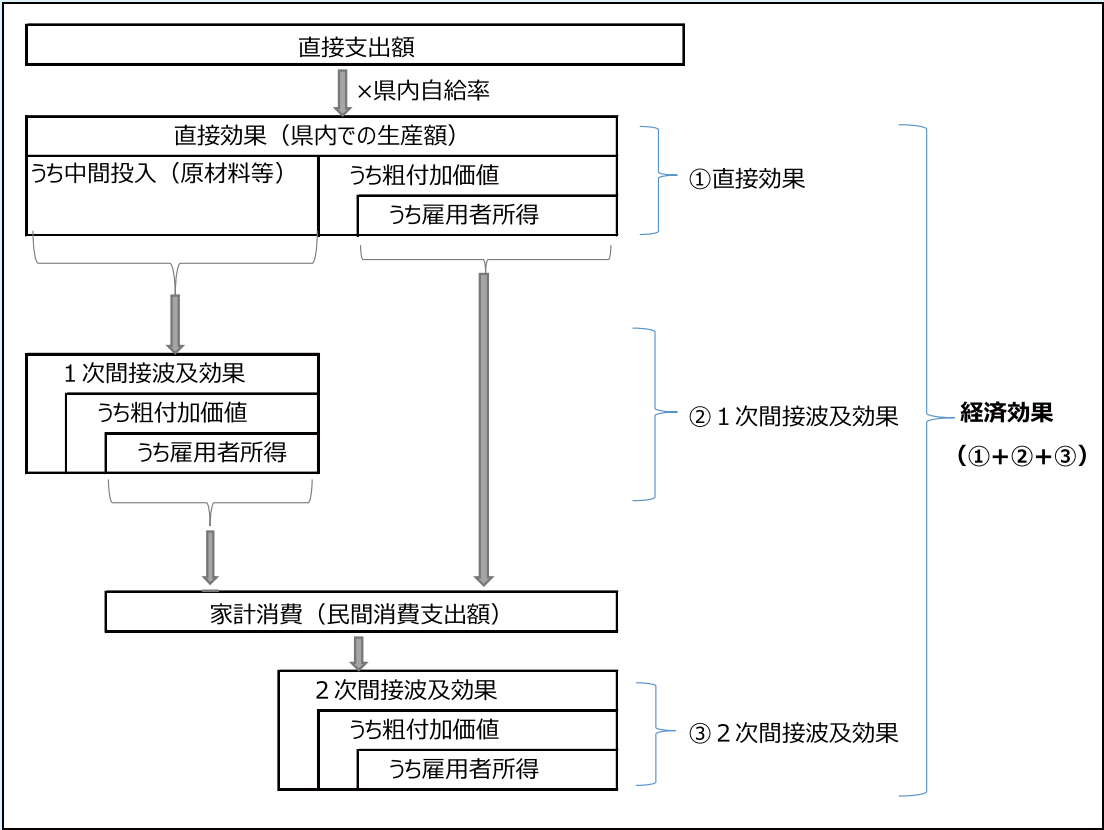
経済波及効果算出の流れを図表10に整理した。ジャパンウィンターリーグ2024の開催によって新たに発生した需要である直接支出額を求め、これに自給率を乗じたものが「直接効果」(域内生産額)となる。直接効果とは、各産業における事業活動のうち、県内で生じ

た財やサービスに対する需要のことで、県内産業に新たに生じた生産増加分を指す。自給率を乗じるのは、需要のすべてが県内で生産された財やサービスに対して発生するわけではなく、域外(県外・海外)からの移輸入により賄われた分も含まれており、その域外生産分を除くためである。

次に、産業連関表を用いて間接波及効果を求める。間接波及効果は「1次間接波及効果」(直接効果に要した原材料を通して他の産業の生産を誘発する効果)、「2次間接波及効果」(直接効果、1次間接波及効果によって誘発された雇用者所得が家計消費を通して各産業の生産

を誘発する効果)を足し合わせたものである。これらの直接効果、1次間接波及効果、2次間接波及効果の合計が「経済効果(生産誘発額)」となる。また、経済効果のうち雇用者に支払われた賃金である雇用者所得や企業の利益である営業余剰などが「粗付加価値額」となる。

図表10 経済波及効果算出の流れ



出所：りゅうぎん総合研究所

(1) リーグ参加者および観客数

ジャパンウィンターリーグ2024には、選手・関係者は合計235人(前年比29.8%増)、報道関係者・スカウト等は332人(同5.7%減)が参加した。また、大会期間中の観客数は、延べ3,005人(同47.3%増)となった。延べ観客数のうち、県内からの観客数は2,420人(同34.4%増)、県外・海外からの観客数は585人

(同143.8%増)であった(図表11)。開幕日の11月24日(日)は学校法人とコラボした「こども&ファミリーフェスティバル」や、飲食業組合とタイアップした「フードフェスティバル」、地元青年会のエイサー演舞といった開幕イベントを行い、同日のみで1,120人の来場者を呼び込んだ。

図表11 ジャパンウィンターリーグ2024の参加者・観客数

	人数(人)	前年比
選手・関係者	235	29.8%
報道関係者・スカウト等	332	▲5.7%
観客(延べ)	3,005	47.3%
うち県内客	2,420	34.4%
うち県外・海外客	585	143.8%

出所：りゅうぎん総合研究所

(2) リーグ関連支出額(直接支出額)

ジャパンウィンターリーグ2024の開催にあたっては、選手や関係者等に加え、県外や海外からの観客や選手家族が沖縄県を訪れ、県内で宿泊や飲食、娯楽・レジャー、土産品購入等に支出するほか、県民も会場で飲食などを行うことで支出が発生する。また、主催者による大会運営やそれに伴う関連経費等の支出が

あり、これらを合計したものが直接支出額となる。

推計の結果、直接支出額の総額は4億1,600万円となった(図表12)。その内訳は宿泊費が1億6,100万円、飲食費は7,900万円、土産品購入が5,400万円、交通費が4,900万円などとなった。

図表12 ジャパンウィンターリーグ2024関連支出(直接支出額)

支 出 項 目	支 出 額 (百万円)
宿 泊 費	161
飲 食 費	79
土 産 品 ・ グ ッ ズ 購 入 費	54
交 通 費	49
娯 楽 ・ レ ジャ ー 費	25
そ の 他	48
合 計	416

出所：りゅうぎん総合研究所

(3) 沖縄県内におけるジャパンウィンターリーグ2024の経済効果

まず、県内の産業全体の自給率は100%ではないため、(2)で求めた直接支出額4億1,600万円(前年比1,500万円増)に自給率をかけると、県内供給分である直接効果3億7,000万円(同2,300万円増)が求められる(図表13)。

次に、宿泊費や飲食費、土産品購入費などの需要が発生すると、当該産業だけでなく、こうした産業に原材料やサービス等を提供している産業の売上増加へと効果が波及していく。これが1次間接効果であり、1億4,200万円(同1,000万円増)となる。さらに、直接効果と

1次間接効果で生じた各産業における雇用者の所得増加は、家計(個人)の消費支出を増加させ、関連する各産業の生産を誘発する。これが2次間接効果であり、7,100万円(同300万円増)となる。直接効果、1次間接効果、2次間接効果の合計が5億8,300万円(同3,700万円増)となり、これがジャパンウィンターリーグ2024開催による経済効果である。直接支出額に対し、1.40倍の経済効果をもたらすことになる。

また、経済効果のうち粗付加価値額が3億1,000万円となり、さらにそのうちの1億3,400万円が雇用者所得と推計された。

図表13 ジャパンウィンターリーグ2024による経済効果

単位：百万円	2024年				
	経済効果額 (生産誘発額)	2023年 経済効果額	(前年比)	粗付加価値誘発額	雇用者所得誘発額
直接効果	370	347	23	185	82
1次間接効果	142	132	10	80	34
2次間接効果	71	68	3	44	17
総合効果（経済効果）	583	546	37	310	134
直接支出額	416	401	15	－	
波及効果	1.40 倍（総合効果 / 直接支出額）				

出所：りゅうぎん総合研究所

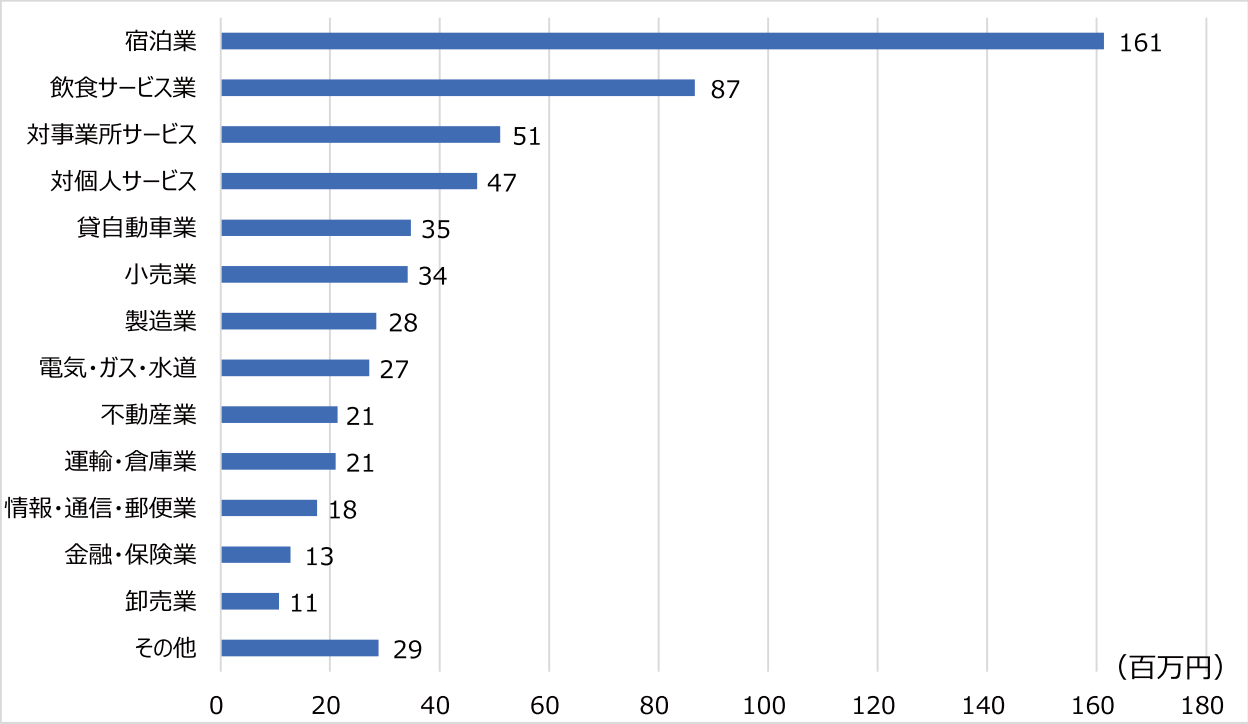
- (注) 1. 直接効果は、直接支出に県内自給率を乗じたもの（域外生産分を除くため）。
2. 1次間接効果は、原材料を他の産業から購入することによって起こる波及効果。
3. 2次間接効果は、直接効果、1次間接効果によって誘発された雇用者所得が家計消費を通して再び生産を誘発する効果。
4. 生産誘発額は、需要（直接支出）の増加により誘発された各部門の生産額の合計。
5. 粗付加価値は、誘発された生産額の中に占める雇用者所得や営業余剰など。
6. 端数処理により合計は合わないことがある。

(4)産業別の経済効果

ジャパンウィンターリーグによりもたらされた経済効果を産業別にみると、ホテルなどの「宿泊業」が1億6,100万円と最も大きく、

次いで「飲食サービス業（飲食店など）」が8,700万円、「対事業所サービス業」5,100万円、「対個人サービス業」4,700万円などとなった(図表14)。

図表14 ジャパンウィンターリーグ2024による産業別経済効果



出所：りゅうぎん総合研究所

4.スポーツツーリズム推進に向けた新たな取り組み

(1) ジャパンサマーリーグ

ジャパンサマーリーグは、株式会社ジャパンリーグが主催する高校3年生の球児たちが集うオープンキャンパスを目指したものである。初開催となった2025年は、8月2日～8月8日の1週間を通してリーグ戦が開催され、夏の甲子園予選を終えた37名（うち県外の高校から13名）の選手たちが参加した。

同リーグの特徴は大きく4点に整理できる。①1週間の連続した実践環境の提供、②日本トップクラスのコーチとデータを活用した指導によるスキルアップの仕組み、③同学年の選手だけでなく、スタッフやゲストコーチといった様々な人との出会い、④キャリアプログラムを通じた将来を考える時間を提供していることである（図表15）。

②のスキルアップに向けた取り組みとして、甲子園にはない木製バットの導入やデータ野球の体験など、プロ野球を意識した実践的な舞台が整えられている。球場には弾道測定器

「TRACKMAN」の設置や、バットに取り付けた機材でスイングを解析する「BLAST」を導入し、打席終了後に即時フィードバックを行うなど、実戦感覚とデータを融合させた先進的な取り組みを実施した。このような機材は強豪校でも導入されている事例は少なく、多くの選手たちにとって初めて本格的なデータ野球に触れる機会となった。

現地ではスタンドに選手の家族や友人が多く集まり、選手がヒットを放つと歓声と拍手が沸き起こるなど、温かい雰囲気にも包まれていた。県内外の強豪校からの参加もあり、試合は真剣そのもので、中には社会人野球や大学にスカウトされる選手も見られた。

ジャパンサマーリーグは、参加した選手たちにとって、仲間と共に成長を実感しながら野球に向き合う貴重な機会となり、沖縄にとっても「野球」をコンテンツとした新たな観光誘致の可能性を秘めたイベントとなった。今後、選手の未来を切り開くだけでなく、地域に新たな価値をもたらす存在へと発展していくことが期待される。

図表15 ジャパンサマーリーグ4つの特徴



出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料より抜粋

写真：ジャパンサマーリーグ公式Instagramより

(2) ジャパンウィンターリーグ2025

第4回となるジャパンウィンターリーグ2025は、2025年11月22日から12月18日までの期間、コザしんきんスタジアムおよび嘉手納町野球場にて開催される(図表16)。今大会は、トライアウトリーグ、アドバンスリーグともに定員を80名とし、全53試合を実施予定である。

2025年大会は、NPBから東京ヤクルトスワローズ、千葉ロッテマリーンズが初参加の球団として加わる。また海外プロ球団との参加調整も進んでおり、国際色豊かな対戦カードが期待される。2025年11月23日の開幕戦ではオープニングセレモニーやファミリー向けの観戦企画が予定されるほか、各リーグでホームランダービーやエキシビションマッチ、少年野球教室を行うなど、計3回のイベン

ト開催が計画されている(図表17)。

また、昨年に引き続きDAZNにて全試合無料配信され、現地観戦が難しいファンにとっても観戦の機会が提供される。加えて、DAZN初のリアリティ番組となる「THE ANNOUNCER～スポーツ実況者オーディション～」では、ジャパンウィンターリーグが「オーディションの舞台」にもなる。実況者の発掘をテーマにした本企画は、選手や試合とともにジャパンウィンターリーグそのものへの注目を高める仕掛けとして期待でき、野球選手だけでなく、野球に携わる人材を育成する新たな機会の拡大につながる。

このようにジャパンウィンターリーグ2025は、試合レベルの向上に加え、ファン参加型のイベントやメディア企画を通じて、さらなる認知度の拡大が期待される大会となる。

図表16 ジャパンウィンターリーグ2025の概要

	ジャパンウィンターリーグ2025
開催日程	2025年11月22日～2025年12月18日
開催球場	コザしんきんスタジアム、嘉手納町野球場
開催リーグ	トライアウト、アドバンス
参加定員	160人(トライアウト80人、アドバンス80人)
その他 トピック	・NPBよりヤクルト、ロッテ初参加 ・DAZN初のリアリティ番組の舞台として選出

出所：りゅうぎん総合研究所にて作成

図表17 ジャパンウィンターリーグ2025のイベント情報

11月23日(日) 開幕戦 コザしんきんスタジアム	12月6日(土) アドバンス コザしんきんスタジアム	12月13日(土) トライアウト 嘉手納町野球場
・オープニングセレモニー ・こども&ファミリーフェスティバル ①子供向け遊びブース ②野球体験ブース ③ゲーム体験ブース	・ホームランダービー ・エキシビションマッチ ・少年野球教室	・ホームランダービー ・エキシビションマッチ ・少年野球教室 ・Tボール体験

出所：りゅうぎん総合研究所にて作成

(3) ベースボールEXPO構想

「ベースボールEXPO」とは、ジャパンウィンターリーグが将来的に目指す理想の形であり、これは単なるリーグ戦の枠を超え、野球を軸とした総合的な交流・発信の場をつくる構想である。

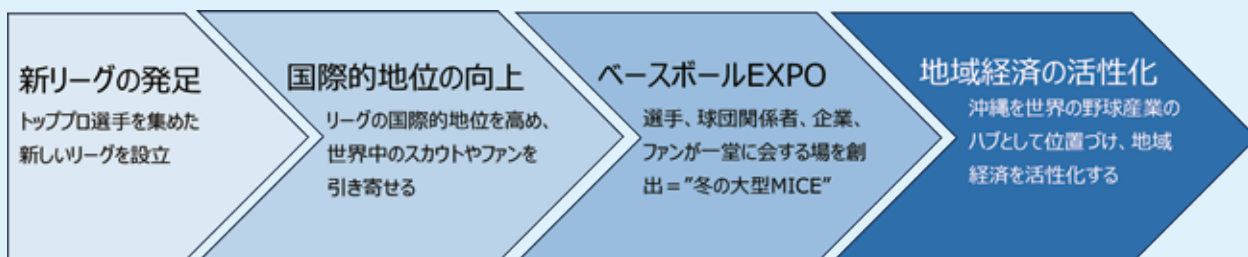
アメリカでは毎年、メジャー・マイナー両リーグの首脳陣が集まり、移籍交渉やトレードが行われる「ウィンターミーティング」が開催されている。会場では就職フェア、セミナー、展示会等が同時に開かれ、球団関係者に加え就職希望者や野球関連産業が多数集結する。こうした多様な交流を通じて野球ビジネスの最新情報が共有され、野球産業全体の発展を支えるイベントとして確立している。

「ベースボールEXPO」も同様に、野球グッズの展示会や就職フェア、学会、スポンサー企業によるプロモーションイベントを併せて開催し、選手・球団関係者・企業・ファンが一堂に会する場への発展を目指す。これにより野球を核とした人材交流・ビジネス創出の実現が

可能となり、冬季における大型MICEイベントとして発展する可能性を秘めている。観戦やイベント参加を通じて、観光や地域文化体験を組み合わせた滞在型の楽しみが広がれば、冬季の沖縄観光の魅力向上につながりスポーツツーリズムのさらなる推進にも寄与する。

実現に向けた具体的な足掛かりとしては、2027年を目標に国内外のトッププロ選手を集め、世界最高レベルのプレーが繰り広げられる新リーグの発足が構想されている。こうした取組みを通じてジャパンウィンターリーグの国際的地位を高めるとともに、世界中のスカウトやファンを沖縄に呼び込むことを目指す。その流れの延長線上に「ベースボールEXPO」構想の実現が見えてくる。アジアの中心に位置する沖縄の地理的優位性を活かして「ベースボールEXPO」を開催することは、沖縄を「世界の野球産業のハブ」として位置付ける契機になるとともに、地域経済に大きな波及効果をもたらすであろう(図表18)。

図表18 ベースボールEXPO構想



出所：りゅうぎん総合研究所作成

5. ジャパンウィンターリーグの課題と今後の展望

2024年の県内におけるジャパンウィンターリーグの経済効果は、選手数や観客数の拡大に伴い全体の消費額も伸び、前年に比べ増加した。また、この数字に示されるものだけでなく、各種メディアで取り上げられた他、サマーリーグ等の実施によりリーグ全体の存在感はますます高まっている。

ジャパンウィンターリーグは、観光閑散期である冬季に観光客を呼び込む新たな資源となる可能性を秘めており、課題となっている観光の平準化に向けた重要な取組みとして期待される。

リーグが新たな成長段階へと進むための課題として、(1) 認知度・ブランド力の向上、

(2) 地域コミュニティとの連携強化を挙げ、今後の展望を考察する(図表19)。

(1) 認知度・ブランド力の向上

短期的な課題として、認知度とブランド力の向上が挙げられる。発足から数年の同リーグは、2024年大会の観客数が3,005人と全国的な知名度がまだ十分に浸透しておらず、いまだ「発展途上のイベント」という印象が残る。

こうした中でまず重要となるのは、開催地・沖縄での認知度向上である。県内では甲子園観戦やプロ野球春季キャンプなどを通じ、野球が地域文化の一部として深く根付いており、この土壌を活かすことができれば、地元住民による観戦機会の拡大や来場者数の増加が

期待できる。また、県出身選手の参加が伸び悩んでいる現状も、県内での周知不足が一因と考えられる。県内チームや県出身選手を積極的に誘致し、ファンの関心を高めることが、地域に愛されるイベントとして定着する第一歩となるだろう。

また、同リーグの魅力を広く伝えるためには、「冬の沖縄でプロレベルの野球を楽しめる場所」というブランドイメージを根づかせることが重要であり、このイメージを明確にし、継続して伝えることが欠かせない。プロ野球春季キャンプが練習風景の観覧を中心としたイベントであるのに対し、同リーグでは毎日のように公式戦が行われる。観客にとっては本気の試合を観戦できることが最大の魅力であり、気軽に会場で応援しながら未来のスター候補を見つけるなどファンの楽しみも広がるであろう。一方で選手たちにとっても、多くのファンを前にした実戦の中で力を発揮し、成長を実感できるチャンスとなる。

認知度・ブランド力の向上といった課題に対して、中高生を対象とした野球教室の開催や、地元チームとの交流イベントの実施などは県内での認知度を高める一助となるだろう。加えてNPB12球団との連携強化、メディア発信の強化は全国的な知名度とブランド力を高めるうえで有効な手段となり得る。さらに、2025年から始動したジャパンサマーリーグは、県内外の野球人に広く注目されることで、ジャパンウィンターリーグを知るきっかけとなり、夏と冬の両リーグが互いに認知度を押し上げる相乗効果が期待できる。認知度とブランド力の向上によって参加選手や来場者が増え、より一層話題性と魅力が高まる好循環が生まれる。その効果は地域経済への影響だけにとどまらず、将来的には「ベースボールEXPO」構想を実現するための重要な土台となるだろう。

(2) 地域コミュニティとの連携強化

ジャパンウィンターリーグの持続的な成長には、地域社会との連携を一層強化することが欠かせない。2024年大会では、少年野球教室の開催、ファミリーフェスティバルや飲食業組合とのイベント実施、エイサー演舞やダンスチームによる試合前セレモニー、空港での歓迎式やレンタカー広告など、多彩な取り組みが展開された。また、専門学校などの地域教

育機関との連携を通じて、運営インターンや地域ボランティアの受け入れも行い、トレーナーやアナリスト、通訳などの分野で実践的な経験を積む機会を提供した。こうした活動は地域を巻き込み、イベントの盛り上げに一定の効果をもたらしたといえる。

今後は、これまでの活動を一過性のものにせず、地域とともに発展させていくことが求められる。そのためには、行政や企業、教育機関など、様々な地元の団体と連携し、互いの知見や経験を生かしながら、協働を深めていくことが重要である。

例えば同リーグ開催地の沖縄市で毎年開催されるプロ野球球団の春季キャンプの会場では、地元企業とのコラボ商品や関連グッズが販売されるなど、地域に根ざした取組みが定着している。今後ジャパンウィンターリーグのファン層の拡大が進めば、観戦と滞在を組み合わせた企画や地域企業との商品開発などを通じて、地域経済への貢献が期待される。また、同リーグ実行委員会の構成団体には、こうした地域連携のノウハウを有するメンバーも含まれており、知見の共有や協働の拡大がさらなる地域経済の発展につながるだろう。加えて、同リーグ開催地だけのスポット的な取組みにとどまらず、周辺自治体や地域団体とも連携し、面的な広がりをもった取組みを進めていくことも重要である。

一方で、同リーグの開催期間中は県外・海外から多くの選手やトレーナー、講師陣が集まるが、リーグ終了後は限られたスタッフのみが沖縄に残る体制であり、開催期間外は地域との交流が限定的になりやすい。そのため、開催期間中に築かれたつながりや経験を次年度の運営に活かし、さらに年間を通じて地域とかわる接点を増やしていくことが重要である。先ずは、地域で協力してくれる人や団体を少しずつ広げ、支える人の輪を広げていくことが欠かせない。こうした取組みを積み重ね、将来的には同リーグやサマーリーグの関係者、あるいは地域の野球少年などが、運営側として関わることを夢見るような規模へと成長し、地域に新たな役割や雇用の可能性を生むことが期待される。

地域コミュニティと連携し一体となって大会を支える仕組みを強化することで、持続的な開催体制の確立と地域経済への波及効果の拡大が期待される。

図表19 ジャパンウィンターリーグの課題と施策案

ジャパンウィンターリーグの課題と施策案	
(1) 認知度・ブランド力の向上	・県内チーム、県出身選手の誘致 ・ブランドイメージを明確にし、継続して伝える ・県内の中高生、地元チームとの交流イベントの実施 ・NPB球団と連携強化 ・メディア発信の強化
(2) 地域コミュニティとの連携強化	・様々な地元団体との協働を深める ・地域の協力者を増やし、地域とかがわる接点を増やす

出所：りゅうぎん総合研究所作成

6.おわりに

本レポートでは、ジャパンウィンターリーグの概要を振り返り、2024年大会が沖縄県内にもたらす経済効果を算出した。選手数や観客数の増加に伴い全体の消費額も拡大したことで経済効果は前年を上回り、同リーグが地域経済に着実に寄与していることが明らかとなった。

こうした成果は単なるスポーツイベントとしての成功にとどまらず、閑散期である冬季に開催されることで国内外から選手や関係者、観客を呼び込み、地域の宿泊・飲食・交通といった幅広い産業へ波及効果をもたらす。その効果は沖縄の「観光需要の年間平準化」の一助となる。

さらなる発展に向けてはいくつかの課題も残されている。まずは県内で認知度向上に取り組み、それを基盤に全国的な知名度・ブランド力を上げること、また持続的な成長に向け、地

域コミュニティとの連携を強化することが重要である。こうした課題を一つずつ乗り越えることで、同リーグは新たな成長段階へと進み、将来的には「ベースボールEXPO」構想を軸に、人や企業が集い、野球を中心に多様なイベントが同時開催される冬の大型MICEへと発展していくことが期待される。参加者が観戦やイベント参加だけでなく、観光や地域文化体験を組み合わせる楽しむ滞在型の魅力が広がれば、スポーツツーリズムのさらなる推進にも寄与するだろう。

今後ジャパンウィンターリーグは、選手にとって未来を切り開く挑戦の舞台、ファンにとって本気の試合を観戦できる場所、地域にとって冬季の新たな観光資源として、その存在価値をさらに高め「スポーツアイランド沖縄」の象徴となるコンテンツへと発展を遂げること期待したい。

以 上

(参考)ジャパンウィンターリーグ2024による経済効果 24部門表

単位：百万円	経済効果計				粗付加 価値額	雇用者 所得
		直接効果	1次間接 波及効果	2次間接 波及効果		
農林水産業	8	0	6	1	3	2
製造業	28	6	17	5	10	4
建設業	1	0	1	0	0	0
電気・ガス・水道	27	0	23	4	14	4
卸売業	11	2	7	2	10	6
小売業	34	19	6	9	19	10
金融・保険業	13	0	8	5	10	5
不動産業	21	0	5	17	17	1
運輸・倉庫業	21	13	5	3	11	6
旅行・その他旅行附帯サービス	8	0	8	0	3	1
情報・通信・郵便業	18	0	13	5	10	5
公務	0	0	0	0	0	0
教育・研究	2	0	0	1	1	1
医療・福祉	4	0	0	4	2	2
会員制企業団体	2	0	1	0	1	1
対家計民間非営利団	1	0	0	1	0	0
貸自動車業	35	26	9	0	21	4
物品賃貸業（除く貸自動車）	3	0	2	0	2	0
対事業所サービス	51	23	23	4	32	18
宿泊業	161	161	0	0	76	28
飲食サービス業	87	79	3	4	36	24
対個人サービス	47	39	4	4	29	13
事務用品	1	0	1	0	0	0
分類不明	0	0	0	0	0	0
合 計	583	370	142	71	310	134

出所：りゅうぎん総合研究所

(補足)経済効果を求める式(投入モデル)は以下の通りである

$$\Delta X 1 = \{ I - (I - M) A \}^{-1} (I - M) \Delta F$$

$$\Delta X 2 = \{ I - (I - M) A \}^{-1} (I - M) c k w \Delta X 1$$

$$\Delta X = \Delta X 1 + \Delta X 2$$

$\Delta X 1$: 生産誘発額 (直接効果 + 1 次間接波及効果)

$\Delta X 2$: 生産誘発額 (2 次間接波及効果)

ΔX : 経済波及効果 (直接効果 + 1 次間接波及効果 + 2 次間接波及効果)

I : 単位行列

A : 投入行列係数

M : 移輸入係数

ΔF : 最終需要増加額 (生産額)

c : 民間消費支出構成比

k : 消費転換係数

w : 雇用者所得率

1. 世界野球ソフトボール連盟(World Baseball Softball Confederation)が主催する、16歳から18歳の各国代表選手が競い合う野球の国際大会。
2. プロ野球のトライアウト。2024年まではNPBが主催していたが2025年からは日本プロ野球選手会が主催する形に変更された。
3. 総務省HP「産業連関表とは」https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/t_gaiyou.htm



特集

沖縄の Society 5.0 を考える PART2
第3回株式会社アナザーブレイン
代表取締役

久田 智之氏に聞く

日本が直面する主な社会課題、それは増加する社会コストに対して、減少傾向にある生産力でどう乗り越えるかという点にある。この課題に対し、デジタル技術を最大限に活用し、社会課題の解決と経済成長の両立を図り、快適で活力に満ちた質の高い暮らしの実現を目指す社会像が「Society5.0」で描かれている。沖縄県は「新・沖縄 21 世紀ビジョン基本計画」でこの概念に言及し、「本県の特性を踏まえた分野横断的なデジタル化やデジタル・トランスフォーメーション（DX）」を進め、地域課題の解決や、より強靱な産業構造への転換に向けた取り組みを推進する方針を示した。

本特集は、2022 年 1 月から 2023 年 3 月にわたって本誌に掲載した『沖縄の Society5.0 を考える』の第 2 弾である。第 3 回目は、普段は自然豊かな地域に拠点を置きながら、地域のデジタル人材育成に努めるとともに、国土交通省「Project PLATEAU」のアドボケイトとして活躍するなど、デジタルツイン分野を活動領域にする「株式会社アナザーブレイン」代表取締役の久田智之氏に話を伺う。

久田さんのプロフィールを教えてください。

出身は大阪府です。2000 年 11 月に「有限会社アナザーブレイン」を設立し、3 年後に「株式会社」へ組織変更しました。大阪市経済局（当時）の外郭団体である「大阪産業創造館」の準備室段階から業務に関わっていたことがきっかけで、「創業支援・経営支援」の分野で活動していました。具体的には、オンライン相談・セミナー予約・会議室予約などの

施設自体の IT 活用から、大阪市内の経営者に提供する IT 化支援プログラムの開発を行っていました。また、会社法改正に伴い、経済産業省新規産業室が起業家大量排出プロジェクト「起ちあがれニッポン DREAM GATE」立ち上げました。その際に前述の「大阪産業創造館」での実を評価いただき、準備室の段階から IT 関連の責任者として参画することになりました。そのため大阪府・東京都の二拠点

に事務所を構えて活動していました。

具体的には「一般財団法人ベンチャーエンタープライズセンター」と連携し、「30万人の起業家予備軍を育てる」ことをミッションに掲げ、4年間ほど活動しました。最終的には30～40万人にメールマガジンを配信し、セミナーなどを開催しながら経営支援を行っていました。その後も大学向け起業家教育サイトの運営など経産省関連の仕事が続きましたが、次第に行政系の支援だけでなく、自社サービスをやりたいという思いが強くなり、6～8人のチームでシステムを開発しました。それが『ケータイゴング』と言う参加型イベント用ケータイアナライザーシステムです。テレビ番組のスイッチオン式投票をスマートフォンやガラケー（携帯電話）で実現するもので、イベントやセミナーの観客が端末から投票できる仕組みです。大阪産業創造館や経済産業省事業で、数々の「起業・経営支援イベント・セミナー」を行う中で、会場の双方向性が乏しいという課題があり、もっと参加者の反応を知りたいというニーズから生まれたものです。これはかなりヒットしました。特に製薬業界で高いシェアを得ました。医師を対象とした学会で診断投票を行うなど、議論を深めるツールとして広く利用されました。結婚式の二次会などのイベントでも人気でした。

コロナ禍で活動を大きく転換されたと伺いました。

事業は順調でしたが、2020年のコロナ禍でイベントがすべて中止・延期となり、大きな打撃を受けました。その際に事業継続可否について検討しましたが、海外を見ると『ケータイゴング』の類似サービスがすでにあり、コロナ禍が落ち着いてイベント等が再開すると、価格競争に巻き込まれると判断しました。そこで、一旦事業継続を断念し、会社は実質的に解散状態としました。その頃、私は活動拠点を長野県諏訪郡富士見町に移し、再

びフリーランスに近い立場で活動を始めました。そこで、まちづくりの一環として地域の課題解決に取り組みました。

例えば、新型コロナウイルス感染拡大で飲食店の売上が激減していましたので、諏訪地域にある飲食店の売上げをICTで応援するため、テイクアウト情報をまとめた地図アプリ『諏訪テイクアウトマップ』を有志で作って無償提供しました。これは地域に好評でした。2022年夏には一定の役割を終えたということで、『やつリンク（SDGs 八ヶ岳つながりマップ）』に事業譲渡しました。

また、新型コロナウイルス感染拡大時には、東京都が「新型コロナウイルス感染症対策サイト」を立ち上げました。これは東京都から委託を受けコード・フォー・ジャパンが開発しましたが、オープンソースとしてソースコードが公開されていました。私たちはそれを活用して、「長野県コロナ対策サイト」を立ち上げました。このサイトは非公式でしたが、2020年の早い段階から長野県より最新情報を取得して運営しました。これも一定の役割を終えたため、2023年春に閉鎖しました。

さらに、コロナ禍で既存事業を整理整頓する傍ら、地元の教育委員会と協力して子供たちだけでなく、保護者や教員向けに子供の学習内容を体験するための講座「おとなのためのキッズプログラミング講座」を実施しました。GIGAスクールが始まり、親も先生たちも不安を覚えていたこともあり、こちらの講座も非常に好評でした。しかし、会場に使っていた小学校がコロナ禍の影響で使えなくなったため、中断しました。子供たちの教育環境を良くするためには、プログラミングに触れたことがない親世代に対して「子供たちがこれから学んでいくこと」を伝えることはとても大事なことで強く感じています。

このようにコロナ禍の影響で物理空間での活動が色々制限される中、興味を持ったのがデジタル空間の活用であり、デジタルツイン領域でした。



諏訪テイクアウトマップ（久田氏提供）

「Project PLATEAU」に関わったのはどのような理由ですか。

これまで培ってきた自分の知見で、何か新しい分野でできることはないかを探していたところ、たどり着いたのがデジタルツインの領域でした。ちょうどその頃、国土交通省の「Project PLATEAU（以下、プラトー）」が始まりました。プラトーは、国交省が主導する「日本全国の都市を3Dモデル化するプロジェクト」です。スマートシティをはじめとするまちづくりのDXを推進するため、都市の3Dモデルを整備し、それをオープンデータとして公開・活用することを目指しています。

私は、プラトーが描く「すべてオープンでやる」という世界観に強く惹かれました。これまでは、税金で作られたデータでも行政内の一部の人たちにしか使われていなかったが、それを「誰もが使えるようにする」という考え方、そして、そのデータを使う人々が集い、コミュニティを形成していくという取り組みに大いに魅力を感じました。

当初は、このデータを活用することで仕事になるとは思っておらず、ボランティア的な活動をしていました。全国で開催されるアイデアソンやハッカソンにも「一参加者」とし

諏訪テイクアウトマップとは

新型コロナウイルス禍で
飲食店の売上がダウンしている

諏訪地域の飲食店の
テイクアウトやデリバリーを
ICTで応援できないか？と

有志が始めたWEBサービス

て関わり、主催者側に「こうすればもっと面白くなる」「小さな講座であれば私が代わりにやる」と提案しながら活動していましたが、あるときチャンスが来ました。

私が住む富士見町は小さなまちですので、デジタルツインを実践するような予算はありません。幸運にも隣の茅野市では、プラトーが始まる前から3Dを活用した地域振興「i-都市再生」に取り組んでいました。そこに私も加えていただき、有識者と連携して茅野市の活動を支援するようになりました。「デジタルツイン × 防災関連」などの開発も担当しました。茅野市は「デジタル田園健康特区」にも選ばれるなど先進的な取り組みを行う自治体であり、新しい取り組みがしやすい環境でした。

また、これまではボランティアで子供たちにプログラム教育などを行っていましたが、茅野市にある大学（公立諏訪東京理科大学）で「デジタルツインの講座を始めたい」という話が持ち上がり、そこで講師を務める機会も得ました。その後、愛媛大学でも非常勤講師を依頼され、PBL（Project Based Learning）という課外活動学習で指導を行うことにもなりました。



アドボケイト 2024 の 12 名（出所：PLATEAU ウェブサイト）

プラトーのアドボケイトにも選出されています。

これまでの活動が評価され、2024 年に「Project PLATEAU ADVOCATE（以下、アドボケイト）」に就任しました。2025 年も活動中です。アドボケイトは、プラトーが大好きな人が選ばれているようで、仕事としてだけでなく趣味のように活動しているメンバーもいます。彼（女）らは、記事を書いたり、講演したり、プラトーの使い方を普及させる活動をしています。アドボケイトの活動は、自発的に技術記事を書いたり、講演したりすることに加え、国交省関係の流れでセミナーや大学での講演、YouTube 講座の作成などを依頼されることもあります。この活動は、当社（アナザーブレイン）の活動と相反するものではなく、企業側も広報・営業的なメリットを得ています。プラトーに協力することで、全国のオープンデータが整備され、結果的に自分たちの活動フィールドが広がるという利点があります。

「みんなキャプ」という活動もされていますね。

「みんなキャプ」は「みんなでキャプチャー」の略で、スマートフォンなどのデバイスを使って現実世界（フィジカル）の風景やモノを 3D スキャンし、そのデータをデジタルマップ上に集めて共有する活動です。これまで 2 回、「みんなキャプアワード」を開催し、多くの 3D データを共有しました。

特に iPhone 12 Pro 以降の上位機種には「LiDER センサー」が搭載されて、スマートフォンひとつで簡単に 3D データが作成可能になりました。それで色々なものをキャプチャーして、プラトーの 3D 都市モデルと組み合わせることで価値を生み出せないかと考えました。当社では、プラトーの 3D 都市モデルと互換性を保つデジタルツインプラットフォームサービス「toMap」を開発しました。その中でキャプチャーした 3D データを重ねることができます。



デジタルツインプラットフォーム「toMap」(久田氏提供)

久田さんがプラトーに関心があるのは、3D という側面もありますか。

時代の流れで、3D や XR(クロスリアリティ) がデジタルの文脈で活用されはじめると楽しみにしていましたが、それだけがプラトーの魅力ではありません。やはりオープン性ですね。「国土交通省」というお堅い省庁がオープンを打ち出したことに驚きました。もちろん完全にオープンではなく、ソースコードの公開にあたっては開発会社の既存の知的財産権とも関係しますし、ビジネスを組み立てる上で完全に公開するのは難しいケースもあるでしょう。ですが、新しいものが生まれる期待を非常に感じました。デジタルツインというテーマもさることながら、プロジェクトの進め方に未来を感じたのです。「オープンイノベーション」という言葉が流行った 2010 年代、私はハッカソンの参加・運営をかなりの数をこなしてきました。当時、気に入っていたコミュニティに「Mashup Awards (マッシュアップアワード)」というものがあり、ハッカソンを「R&D(研究開発)」として発見の場にできないか」と設計されていました。プラトーでも、ハッカソンをコミュニティ醸成の一環として組み込んでいたので、そこもプロジェクトに魅力を感じたことのひとつです。

地域課題へアプローチするためには、地域のデジタル人材育成が必要になります。

AI の進化により、ハッカソンの現場ではひとりでもプロトタイプが作れるようになり、クオリティも上がっています。今後、企業などが自社サービスをどれだけ内製化し、どの部分を外部に任せるかを明確にできれば、面白いことが起きると思います。まずは社内ツールを自作することから始めるべきです。共創や協調領域の分野では、人々が平日夜間や土日に、Discord などのチャットツールでどれだけ素早くコミュニケーションを取れるかが非常に重要です。時間軸の調整が重要になります。夜に質問して、回答が翌日の夜ということでは、物事の進行が遅れます。市民参加型の活動では、土日も活動時間が中心になるため、関係者全員がスマホで気軽に情報共有できる体制が不可欠です。

公立諏訪東京理科大学では、100 名程度の学生に対し、デジタルツイン講座を開講し、社会の大きな流れを伝えています。今後は 20 人程度の少人数クラスにし、実際に手を動かす活動に移行できないか相談しています。愛媛大学では、5～6 ヶ月をかけ、学生が街に出てデジタルツインの角度からアイデアを出し、企業や自治体などに企画提案する PBL (Project Based Learning) 型の授業を行っています。このような動きはこれからますます加速します。



国土交通大学院「まちづくりDX」の様相（筆者撮影）

『マイクラフト』などゲームを活用して子供たちのデジタルリテラシーを上げる取り組みがあります。それをゲームの域だけでなく、地域のデジタル人材育成に繋げるにはどのような取り組みが必要だとお考えですか。

継続した発表の場を設けることが大事です。作ったものを発表し、フィードバックを得ることで点が線となり活動が持続します。MIT's Media Lab が提唱する“クリエイティブ・ラーニング・スパイラル”は参考になります。マイクラだけでなくUnityなどのゲームエンジンなど、様々なツールを使いながら発表できる場を設けるのが良いでしょう。毎週または隔月で小さな活動を行い、年に一度大きな場で集大成を発表するような、スピード感のある設計が必要です。

労働力の供給不足が深刻視される中、行政が保有する様々な地理空間情報をデジタルデータとして整備し、オープン化が必要です。しかし、この必要性が民間の経営者や自治体の首長、教育分野に伝わりにくいという課題があります。一方、技術の発達によりスマホで簡単に3Dキャプチャーができるようになっており、デジタル地理空間情報への理解が深

まるきっかけになります。

プラトーの3D都市モデルは行政主導の地図であり、品質を保証しながら組み立てられたものです。また、建物が商業施設か宿泊施設かといったセマンティック（属性情報）を持っており、シミュレーションのベースとして使いやすいという性質があります。

一方、「みんなキャブ」は、どちらかと言えば「見た目」重視で、街の解像度を上げるものです。これはシビックプライド作りに近いかもしれません。写真では普段撮らない裏側まで3Dモデル化し共有することで、多くの人たちの目に触れます。それにより地域の歴史や文化への興味につながる可能性があります。「みんなキャブ」は、プラトーの無機質な建物データの上に、お地蔵さんや樹木といった要素を重ねることで、街に表情がつき、街を好きになるきっかけを与えます。また、自治体の都市計画課の人たちに3Dデータ活用の気づきになればと思っています。

今後、プラトーもみんなキャブも課題となるのは、データ更新です。しかし、データを活用する人が増えれば、更新の課題も徐々に解決されていくと考えます。

最近では scaniverse のような、スマホで高品質な 3D モデルを作成できる無料の 3D スキャンアプリもあり、3D モデルの民主化も進んでいます。

例えば、店舗の従業員が自ら店舗内を撮影し、お店をアピールすることもできます。地域で 3D モデルを更新していくような「手作りのデジタルまちづくり」ができると面白いでしょう。那覇の「国際通り」や北谷の「アメリカンビレッジ」など、特定の地域で行うのが良いかもしれません。泡盛の酒造所を 3D モデル化し、ストーリーにして観光で使うなどは良いアイデアです。海中遺跡やサンゴ礁の 3D モデル化（フォトグラメトリ）に取り組む方も増えています。

データ整備は、地域で生活している人たちが自らで更新するのがいいと思います。塩尻市では、実際に主婦などが高精度な 3D マッピングデータを作成したりしています。企業や市民を巻き込み、それぞれの活動でデータが更新されていく設計が必要になります。建築・土木会社などと連携して、機材（LiDER など）を活用するのもいいですね。将来的には自動運転車両で地域の 3D データを更新するかもしれません。

沖縄県は広大な海洋域に市町村が散在しているため、一体的に管理していく仕組みが求められます。県内のスマートシティの取り組みは、デジタルツールを導入することに止まっており、データ整備や連携の枠組み作りが進んでいません。

全国では行政区単位で物事を進めています。行政区単位でそれぞれが独自のデジタルツールを導入すると、デジタルの本来の力が発揮できません。観光客は行政区に関係なく行動しますし、現在話題となっているクマの被害についても、行政区をまたぐと「出没注意マップ」のようなツールを連携して使えないということよくあります。沖縄県全体を一体的

に捉え、デジタルに関しては行政区（市区町村）の枠を外して施策を考えて見ると、非常に有効な施策が考えられると思います。行政区を貫通した単位での仕組み作りが重要です。その意味でも、デジタルツインの活用は有用だと思います。国土交通省が進めるプラトーは、その基盤となるデータ整備ですし、島嶼地域である沖縄県はデジタル環境の整備がしやすいのではないかと思います。

（インタビュー&レポート：志良堂猛史）



久田 智之氏 プロフィール

大阪府出身。株式会社アナザーブレイン 代表取締役。みんなキャブ発起人・運営委員長。大阪・東京に二拠点で活動を行っていたが、2017 年に活動拠点を長野県諏訪郡富士見町に移し、デジタル技術を活用したまちづくりに関わる。2021 年からデジタルツイン分野に注力。2024 年には国土交通省の「Project PLATEAU」のアドボケイトとして、3D 都市モデルの活用や技術共有による開発サポートなどを行う。また、公立諏訪東京理科大学で講師、愛媛大学で非常勤講師として「デジタルツイン講座」を担当し、小中学生を対象にプログラミング体験を催すなど、地域のデジタル人材育成にも注力している。



台湾プロ野球

はじめに

大家好（ダージャーハオ）。みなさまこんにちは。琉球銀行法人事業部の安慶名です。2025年4月より台湾の現地コンサルタント会社・則和企業管理顧問有限公司への出向で台湾に駐在しております。2025年最後は、台湾で最も人気のあるプロスポーツ・台湾プロ野球について紹介いたします。

1. 台湾での野球人気

2025年は沖縄県の野球界が盛り上がりを見せた1年でした。第97回選抜高等学校野球大会（春のセンバツ）に沖縄尚学とエナジックススポーツが11年ぶりとなる県勢2校同時出場、第107回全国高等学校野球選手権大会（夏の甲子園）では沖縄尚学が優勝を果たしました。全国中学校体育大会の軟式野球でも宜野座中学校が準優勝に輝いています。また、第32回WBSC U-18 野球ワールドカップが沖縄セルラースタジアム那覇、糸満市西崎球場で開催されるなど、野球に関する話題が注目を集めました。

台湾で野球は最も人気のあるスポーツのひとつで、国技ともいえる存在です。新台幣ドル500元券には1988～99年に国際大会で2度の世界一に輝いた台湾東部・台東縣南王小学校の野球クラブが描かれています。「國球」とも呼ばれる国民的スポーツで、近年は過去最高の盛り上がりを見せています。



新台幣ドル 500 元券

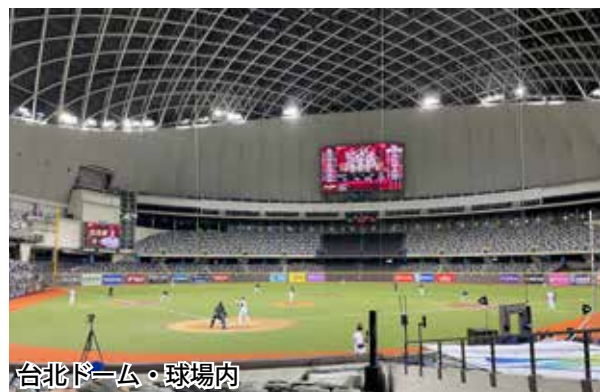


レポーター
安慶名 庸
(琉球銀行法人事業部)
則和企業管理顧問有限公司
(※弊社業務提携先 / 台湾現地コンサルタント会社) へ出向中

2023年12月に台湾初の室内球場である台北ドームが完成。ファン待望のドーム球場運用開始により、天候に左右されない快適な観戦環境が整備され、野球観戦者が増加しました。



台北ドーム・正面入口



台北ドーム・球場内

2024年11月24日に行われた第3回WBSCプレミア12の決勝では、台湾代表が侍ジャパンに勝利し主要国際大会で初の王者に輝きました。選手の帰国後に開催された優勝祝賀パレードには平日にも関わらず約5万人の市民がかけつけ、各選手の所属球団や故郷でもパレードやイベントが催され、メディアでも連日報道されていたそうです。⁽¹⁾

WBSC (World Baseball Softball Confederation / 世界野球ソフトボール連盟) が発表するWBSC世界ランキング (2025年9月19日現在) で台湾は日本に次ぐ2位につけています。⁽²⁾

2. CPBL（中華職業棒球大聯盟）

台湾にはCPBL（The Chinese Professional Baseball League/ 中華職業棒球大聯盟）というプロ野球リーグが存在します。民国78年（西暦1989年）に発足した同リーグは、今年で36年目を迎えました。現在は、中信ブラザー

ズ、統一7-ELEVEnライオンズ、楽天モンキーズ、富邦ガーディアンズ、味全ドラゴンズ、台鋼ホークスの全6チームで構成されています。各チームの公式戦年間試合数は120試合。前期、後期のそれぞれで順位を争い、公式戦終了後にプレーオフ、台湾シリーズへと続きます。

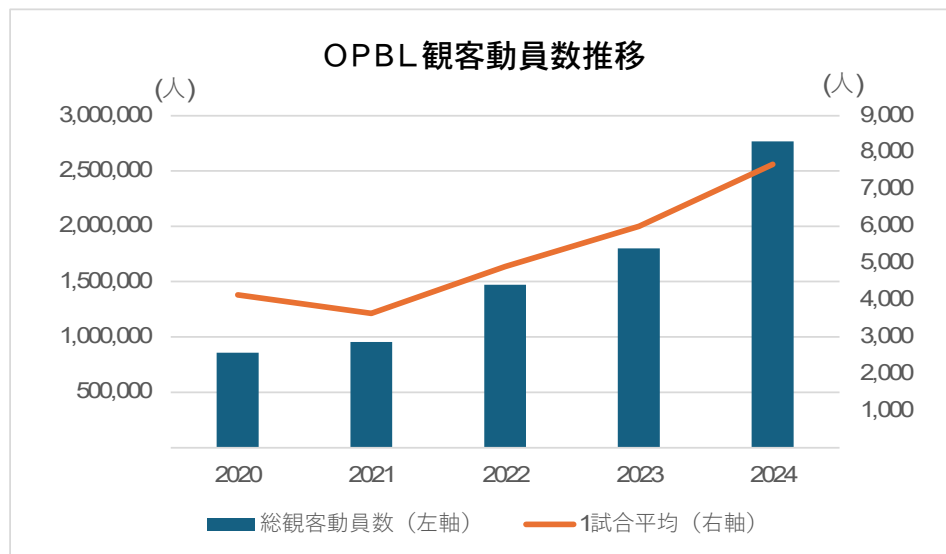
台湾のプロ野球チーム

チーム名	オーナー企業	業種	本拠地	主球場
中信ブラザーズ（中信兄弟）	中國信託HD	金融	台中市	台中洲際棒球场
統一7-ELEVEnライオンズ（統一7-ELEVEn獅）	統一グループ	食品	台南市	台南棒球场
楽天モンキーズ（楽天桃猿）	楽天グループ	IT	桃園市	桃園國際棒球场
富邦ガーディアンズ（富邦悍將）	富邦グループ	金融	新北市	新莊棒球场
味全ドラゴンズ（味全龍）	味全食品	食品	台北市	天母棒球场
台鋼ホークス（台鋼雄鷹）	台鋼グループ	鉄鋼	高雄市	高雄市立澄清湖棒球场

CPBL公式サイトを参考に筆者作成

台北ドームの運用開始や主要国際大会での優勝により、CPBLの観客動員数は増加傾向にあります。1試合の平均観客動員数は、2023年の6,000人に比べ、2024年は約28%増の

7,684人と過去最高を記録。今年もその勢いを維持しており2025年9月24日現在で1万人の大台を記録しています。^{(3) (4)}



CPBL公式サイトを参考に筆者作成

各球団には、日本人選手・指導者も在籍しています。中信ブラザーズを率いるのはオリックスや阪神で活躍した平野恵一監督。楽天モンキーズでは元近鉄の古久保健二監督が指揮を執っています。日本人選手では、統一ライオンズの高塩将樹投手、台鋼ホークスの吉田一将投手などが活躍しています。また、楽天

モンキーズの陳冠宇投手（元千葉ロッテ）、台鋼ホークスの王柏融選手（元日本ハム）、呉念庭選手（元西武）など、日本でプレー経験のある台湾人選手もいます。⁽⁵⁾

また、CPBLで欠かせない存在となっているのが、日本での知名度も高いチアリーダーです。試合中には一・三塁のベンチ上で各選手

の応援歌やチャンステーマに合わせてダンスを披露し、試合を盛り上げます。CPBLでは基本的に内野席が全てホーム席となっており、ホームチームの攻撃時にはファンの多くが自席で立ち上がりチアリーダーと同じダンスを踊ります。家族での来場者も多く、女性や子どもたちも一緒に盛り上がるので、野球観戦が初めての方でも十分に楽しめると思います。



桃園國際棒球场・正面入口



桃園國際棒球场・球場内

唯一の日系球団である楽天モンキーズは、毎年2月の春季キャンプで石垣島を訪れ、千葉ロッテマリーンズと交流試合を行っていますので、興味のある方は観戦してみたいかと思いますが。また出張や観光で台湾を訪れる際に、台湾プロ野球を観戦するのも面白いと思います。（※シーズンは毎年3月から10月）

2026年3月に行われる2026 WORLD BASEBALL CLASSIC 1次ラウンド 東京プールでは台湾代表と侍ジャパンの対戦が控えていますので、台湾代表にも注目するとより一層楽しめると思います。

最後に

則和企業管理顧問有限公司は、沖縄県の観光・物産に関する台湾でのプロモーションを支援しており、台湾で人気を誇るプロ野球を活用したプロモーションの相談も承っています。野球場への広告掲載や人気チアリーダーを起用したプロモーション活動などにご関心がありましたらぜひ琉球銀行へご相談ください。

参考文献：

- (1) パ・リーグ.com. 【台湾プロ野球便り】プレミア12優勝の影響は社会現象に。台湾野球は新たなステージへ。2024.12.23. <https://pacificleague.com/news/2024/12/68520>
- (2) World Baseball Softball Confederation (WBSC). WBSC 世界ランキング。2025.09.19. <https://www.wbssc.org/ja/rankings>
- (3) 中華職棒大聯盟全球資訊網 The Official Site of CPBL. 球迷成長數。2025.10.24. <https://www.cpbl.com.tw/about/fans>
- (4) パ・リーグ.com. 【台湾プロ野球便り】観客動員数は初の300万人突破！終盤まで接戦の前期「影のMVP」は日本人投手。2025.10.13. <https://pacificleague.com/news/2025/10/77544>
- (5) 公益財団法人日本台湾交流協会. 今から間に合う！台湾プロ野球入門。2025.06.25. <https://share.google/dPiI21PRwJZH6Goux>

則和企業管理顧問有限公司

（※琉球銀行 業務提携先 / 安慶名赴任先）

TEL：+81-(0)80-9853-0794（日本）

+886-(0)988-958-295（台湾）

Email：you_agen@pr.ryugin.co.jp

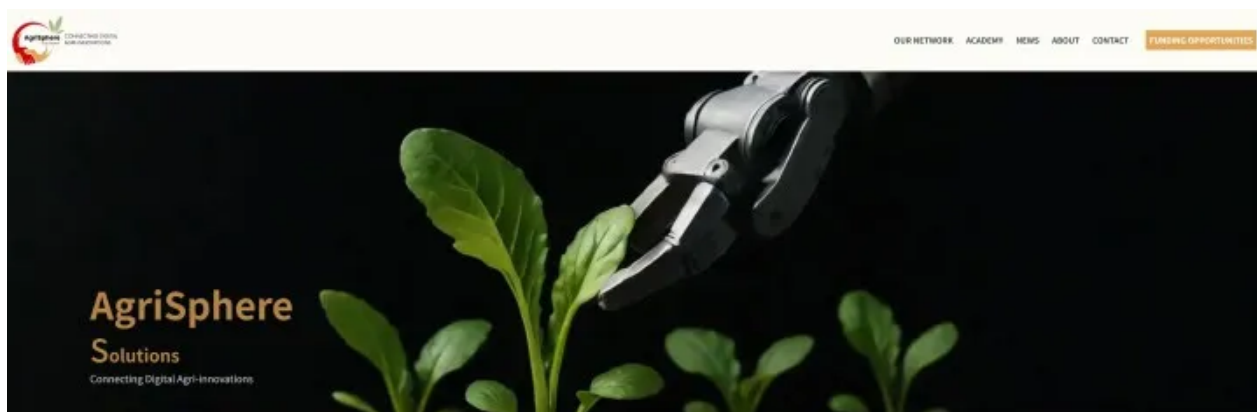
※沖縄科学技術大学院大学のHPから許可を得て転載した記事です。

新時代の教育研究を切り拓く

～沖縄科学技術大学院大学の取り組みについて～

1. 沖縄から世界へ ―OISTが描くスマート農業の未来

沖縄の畑から、スペインとキプロスの温室へ。国境を越えた新たな挑戦が、農業の未来を動かし始めています。



沖縄の畑から、スペインとキプロスの温室へ。国境を越えた新たな挑戦が、イノベーションと国際協力を通じて、農業の未来を動かし始めています。

2025年3月、OIST Innovationは、沖縄（日本）、スペイン、キプロスを結ぶ3か国共同プロジェクトを立ち上げました。CONCERT-Japanプログラムの支援を受ける本プロジェクト「持続可能なスマート農業ソリューションの実証支援」は、スマート農業の分野で活動する大学とイノベーションハブの連携強化を目的としています。本プロジェクトは、農業の新しい形「アグリテック（AgriTech）」に取り組むスタートアップの支援と、実装に向けた国際的なテストベッドの構築に重点を置いています。

立ち上げからわずか数か月で、このプロジェクトはすでに有望な成果を上げ始めています。

スマート農業革命の幕開け

国連食糧農業機関（FAO）の推計によれば、世界人口の増加に伴い、2050年までに農業生産の需要は少なくとも50%増加するとされています。こうした課題に対応するため、革新的な挑戦者たちはテクノロジーで農業の効率化に挑んでいます。土壌の状態を把握する精密センシング、スマート灌漑システム、ネットワーク化された農業機械など、デジタル技術は農業の姿を根本から変える可能性を秘めています。本プロジェクトは、こうしたアグリテック分野の発展を支援し、持続可能な食の未来に貢献することを目指しています。

アグリスフィア・ソリューションズ（AgriSphere Solutions）－農業イノベーションを加速する新拠点

「アグリスフィア・ソリューションズ」は、スタートアップ、研究者、産業界パートナー、エコシステム構築に携わる関係者を国境を越えてつなぐプラットフォームです。協業や資金調達、実証実験の機会を提供することで、農業分野の革新を推進します。このウェブサイトでは、ウェビナーや研修コース、メンタリングなどの学習リソース、助成金や資金調達の情報に加え、アグリスフィア・ネットワークに参加するメンバーの紹介などを順次掲載していく予定です。

プラットフォームの立ち上げには、琉球大学からのインターン生である山城ひかりさん

と山下玲奈さんが重要な役割を果たしました。二人は日本国内のスマート農業の現状を調査し、グローバル展開を目指すスタートアップが直面する課題を明らかにしました。

「このインターンを通じて、新しい可能性に気づきました。以前は海外に行かないと、こうした機会は得られないと思っていましたが、沖縄にもあるのだと実感しました」と山城さんは語ります。



OIST Innovationのベンチャー支援セクションが、琉球大学から受け入れたインターン生の山城ひかりさんと山下玲奈さん。二人はスタートアップや関係者へのインタビューを通じてアグリテック分野のニーズを調査し、多言語対応の新プラットフォーム「アグリスフィア・ソリューションズ (AgriSphere Solutions)」の立ち上げに貢献した。

写真提供：OIST

今後の展開 — トレーニング、実証、人材交流

プロジェクトチームは現在、スタートアップが国際協業に対応するための短編トレーニング動画シリーズの制作を企画しています。これらの動画は、完成次第アグリスフィア・ソリューションズのウェブサイトで公開してい

く予定です。

また、2026年初めには沖縄でワークショップを開催し、地域のアグリテック関係者が一堂に会する機会を設けます。

2026年に開始するアグリスフィア研修プログラムの修了生は、日本、スペイン、キプロスの三カ国のうちいずれか、またはそのうちの複数の国において、自身の技術を実証するために、最大2万ユーロの助成金を受け取る資格が得られます。実証実験には、地中海性気候に適したスマート灌漑システムのテストや、日本国内でのAI害虫検知装置の導入などが検討されています。これらの取り組みは、充実したメンター、研究者、現地パートナーのネットワークに支えられ、実験室から市場への展開を加速させることを目指します。

アグリスフィア・ネットワークに参加するには

本プロジェクトでは、スマート農業分野で活動するスタートアップや、実証実験支援・資金調達・国際展開に関心をお持ちの方を募集しています。スタートアップ、ソリューションプロバイダー、研究者、農業生産者、政策立案者、NGO、業界のリーダーの皆さまは、www.agrispheresolutions.org から本プラットフォームにご参加いただけます。本プラットフォームでは、農業分野全体の効率性、持続可能性、競争力の向上を目指し、革新的なツールの導入に向けて、協働や知識を共有できます。

2. EXPERT-Jプログラムにより、さらなるグローバルな科学研究の卓越性を推進

OIST、グローバル卓越人材招へい研究大学強化事業 EXPERT-J に採択



この度、沖縄科学技術大学院大学(OIST)は、国立研究開発法人科学技術振興機構(JST)の「グローバル卓越人材招へい研究大学強化事業(EXPERT-J)」に採択されました。

本事業は、日本人を含む優秀な海外若手研究者を、国際卓越研究大学に準ずる日本のトップレベルの大学に世界水準の処遇で受け入れることで、日本の研究力の強化と、海外研究者の日本への定着を促進することを目的としています。今回、本事業には全国から11の大学が選ばれました。

OISTはこれまでも、国際的な大学院大学として、海外からの卓越した研究者の受け入れと定着支援を積極的に行い、探究心に基づいた創造的な研究を推進するための環境整備に取り組んできました。

今回の採択を受け、これまでに築いてきた国際基準の研究環境を基盤として、数理科学やエネルギー・持続可能性分野など、戦略的に強化を図る領域において、海外研究者の受け入れをさらに加速します。これにより、世界トップレベルの研究力を支える研究基盤の強化と、国際的な頭脳循環を促進する支援体制の構築を推進し、日本の研究力の底上げに貢献していきます。

OISTのカリン・マルキデス学長兼理事長は今回の採択について次のようにコメントしています。「科学と研究が国境を越えて協力することが、これまで以上に重要な時代となっています。日本政府がこの課題を的確に捉え、迅速に行動を起こしたことは非常に意義深いことです。そしてOISTも、その呼びかけに素早く応えました。OISTは、日本の研究環境の中で際立つ、学際的かつ国際的な大学として、世界中の研究者にとって非常に魅力的な場を提供しています。日本は、学問の自由、法の支配、そして豊かな文化的環境を備えており、研究者が成長し、活躍できる土壌があります。今回、EXPERT-Jプログラムからの支援を受け、世界のトップ機関から優れた人材を日本に迎え入れることができることを、大変嬉しく思っています。」

本事業の詳細については、以下のウェブサイトをご覧ください。

<https://www.jst.go.jp/jisedai/expert-j/>



OISTでは下記のとおり一般見学の受け入れを行っております。

- ・自由見学－予約不要、毎日9時－17時
- ・ガイド付き見学－要予約・先着順、平日のみ

詳しくはHPの見学ページ (<https://www.oist.jp/ja/guided-campus-tour>) をご覧ください。



見学ページ

沖縄総合事務局経済産業部の取り組みについて 「企業の稼ぐ力を育み未来を切り開く 経営フォーラム」を開催しました。

企業支援の現場では近年、「伴走支援」という言葉を耳にする機会が増えています。沖縄県内でもこの支援手法を取り入れ、成果を上げる企業が増加しており、企業を取り巻く不確実な経営環境の中で、「稼ぐ力」の向上による雇用の維持・創出、所得向上が求められています。こうした背景のもと、沖縄総合事務局では令和4年度から官民合同伴走型支援事業を開始し、企業との対話を重ねながら本質的な課題を抽出し、自発的な課題解決を支援しています。

この度、本事業の取組の一環として、9月30日に沖縄産業支援センターにて、「企業の稼ぐ力を育み未来を切り開く経営フォーラム」を開催いたしました。第一部では、法政大学経営大学院の高田教授から現代における組織のあり方や経営者の意思決定の際に新たな知識を受け入れることの重要性について、東京都中小企業診断士協会の森川会長から、ご自身の経験を交えながら中小企業における伴走支援の必要性についてご講演いただきました。

第二部では、「伴走支援の活用事例について」をテーマに、過去に本事業の支援を受けた県内企業2社と支援機関によるパネルディスカッションが行われました。

令和7年度 沖縄官民合同伴走型支援事業

生産性向上！ 企業の稼ぐ力を育み 未来を切り開く経営フォーラム

2025.9.30(火) 午後1時30分～4時25分

会場 沖縄産業支援センター 1F大ホール 定員 80名
那覇市字小塚1831番地1

第一部

① 伴走支援で強い組織をつくるリーダーシップ、時代を切り開く意思決定について

講師 法政大学経営大学院イノベーション・マネジメント研究科 教授 高田 朝子 (Takada Asako)
組織行動・リーダーシップが専門で、実務経験を基にした教育・研究に加え、女性管理職育成にも尽力している。

② 中小企業の現場における伴走支援の必要性について

講師 東京都中小企業診断士協会 会長 日本中小企業診断士協会連合会 副会長 森川 雅章 (Morikawa Masaaki)
生産管理や財務診断に強みを持ち、企業の現場改善の実績多数。若手中小企業診断士の育成でリーダーシップを発揮している。

第二部 パネルディスカッション 伴走支援の活用事例について

オキコ株式会社 代表取締役社長 神谷 哲子 (Shinoda Tetsuko)
KOBUNDO 代表取締役社長 佐々木 寛樹 (Sasaki Hiroki)
沖縄振興開発金融公庫 代表取締役 島田 直樹 (Shima Naoki)

※本シンポジウムの登壇者（パネリスト）につきましては、上記企業の関係者を予定しています。都合によりパネリストが変更となる場合がございます。あらかじめご了承ください。

主催：内閣府沖縄総合事務局（一社）沖縄県中小企業診断士協会
後援：沖縄県・（公財）沖縄県産業振興公社・中小企業基盤整備機構沖縄事務所・沖縄県商工会議所連合会
沖縄県商工会連合会・沖縄振興開発金融公庫・沖縄県よろず支援拠点

フォーラムの内容とお申込み方法については裏面をご覧ください

オキコ株式会社取締役安全管理本部長の仲地様からは、「伴走支援では人事専用の部署を立ち上げたことが大きな成果。今後は伴走支援で気付いた自社の強みを活かし、人材育成に力を入れていきたい」、光文堂コミュニケーションズ株式会社執行役員企画総務部長の花木様からは、「伴走支援を行ったことで、自社について考える時間が確保できた。コンサルタントとの対話を通して本質的な課題に気付き、今後のあるべき姿を考えることができた」とのお話がありました。

沖縄振興開発金融公庫業務統括部長の慶田様からは、ご自身の経験から伴走支援の有効性を語るなど、森川会長を中心に活発な意見交換が行われました。

今回の経営フォーラムには、県内の中小企業経営者を中心に多くの方々にご参加いただき、定員80名の会場は満席となるほどの盛況ぶりでした。地域の経営課題に対する関心の高さを感じさせる、参加者の期待に応える有意義なフォーラムとなりました。



フォーラムの様子

**内閣府 沖縄総合事務局
経済産業部**

■本記事に関するお問い合わせについて
内閣府沖縄総合事務局経済産業部企画振興課
TEL:098-866-1727

<https://www.ogb.go.jp/keisan>

来店予約で、もっとスマートに

りゅうぎん

来店予約 サービス

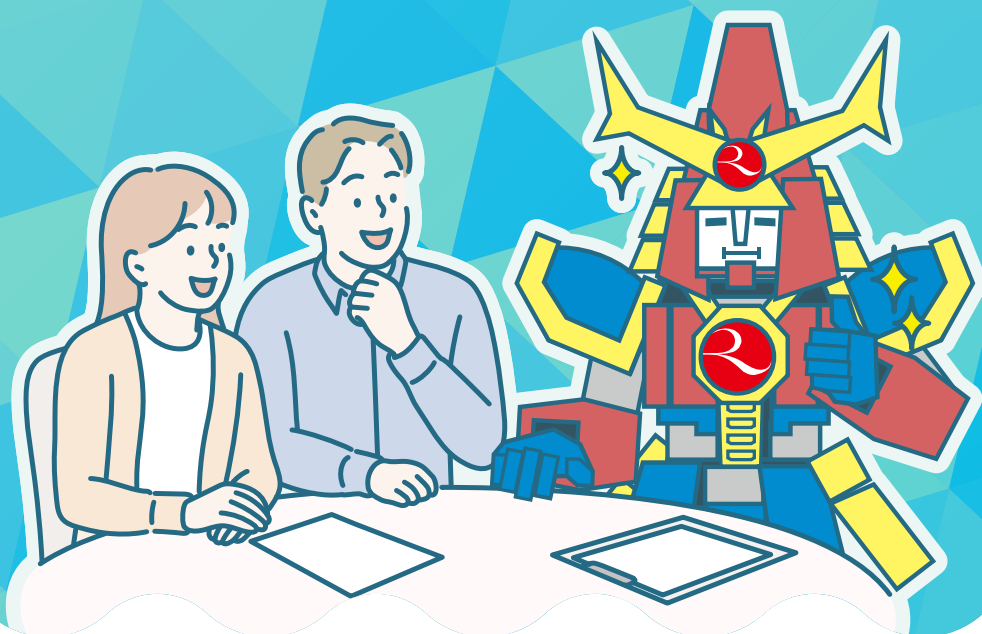


☒ Webで簡単予約

☒ 店頭での待ち時間短縮



◀ ご予約はこちらでR



りゅうぎんのローンから
沖縄の未来のために
できること

サステナブル ファイナンス フレームワーク型

地球の未来のために
できること

りゅうぎん グリーンローン

りゅうぎん ソーシャルローン

りゅうぎん サステナビリティ・ リンク・ローン

融資金額 3,000万円以上

対象

環境改善活動

資金使途 特定型

グリーンプロジェクト
への事業資金

環境改善効果のある設備など
に活用できます！

例 | 資金使途

- 再生可能エネルギー
(太陽光等)
- 省エネルギー
(LED化等)
- クリーンな運輸
(電気自動車等) など

対象

社会課題解決

資金使途 特定型

ソーシャルプロジェクト
への事業資金

社会課題に解決につながる設
備などに活用できます！

例 | 資金使途

- 基本的インフラ設備
(電気、ガス、水道等)
- 必要不可欠なサービス
(病院、福祉、教育等)
- 手ごろな価格の住宅
など

対象

SDGs・ESGの
取り組みの高度化

資金使途 不特定型

事業資金
(運転資金、設備資金)

資金使途自由。幅広い資金ニ
ーズに活用できます！

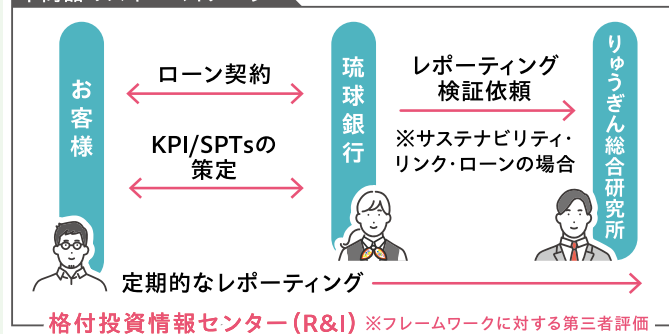
- 目標(KPI/SPTs)の設定
- KPI(例)
 - 温室効果ガス排出量(全業種)
 - 販売戸に占めるZEH比率
(住宅販売事業) など

ここがポイント！

本フレームワークと本商品は、株式会社格付投資
情報センター(R&I)から国際的な原則や国内の
ガイドラインに適合していると評価されました！

本商品にて資金調達を行ったお客さまは、「サステナ
ビリティ経営の高度化」や「持続可能な活動推進」に
よるアピールを通じた社会的な支持の獲得などが期
待できます。

本商品のスキームイメージ



●りゅうぎん調査● 県 内 の



景気は、緩やかに拡大している(25カ月連続)

消費関連では、百貨店売上高は前年を上回る

観光関連では、入域観光客数は前年を上回る

建設関連は、資材価格の高止まりや人手不足により回復に一服感が出ているものの、消費関連は、節約志向が継続しつつも旺盛な観光需要を背景に回復の動きが強まっていること、観光関連は、国内外ともに旅行需要が好調に推移し、力強く拡大していること(上方修正)などから、総じて県内景気は緩やかに拡大している。

先行きは、旺盛な観光需要にけん引され底堅い推移が見込まれることから、引き続き緩やかに拡大するとみられる。



消費関連

百貨店売上高は、3カ月連続で前年を上回った。引き続き免税売上が好調に推移したことなどが売上増加に寄与した。スーパー売上高は、旧盆時期の相違に伴う売上増加などにより、既存店は3カ月ぶり、全店ベースは2カ月ぶりに前年を上回った。新車販売台数は、レンタカー登録台数は増加したものの、自家用車が減少したことなどから2カ月ぶりに前年を下回った。家電大型専門店販売額(8月)は、3カ月ぶりに前年を上回った。

先行きは、引き続き物価の動向に注視する必要があるものの、旺盛な観光需要を背景に底堅い推移が見込まれ、回復の動きが強まるとみられる。



建設関連

公共工事請負金額は、独立行政法人等・その他は増加したが、国、県、市町村は減少したことから2カ月ぶりに前年を下回った。建築着工床面積(8月)は、居住用は増加したが、非居住用は減少したことから4カ月連続で前年を下回った。新設住宅着工戸数(8月)は、持家、貸家は減少、給与住宅は同数となったが、分譲は増加したことから4カ月ぶりに前年を上回った。県内主要建設会社の受注額は、公共工事、民間工事ともに減少したことから7カ月連続で前年を下回った。建設資材関連では、セメント、生コンともに3カ月連続で前年を下回った。また、鋼材売上高、木材売上高ともに2カ月連続で前年を上回った。

先行きは、大型工事の受注に一服感がみられ、資材価格の高止まりや人手不足、工期の長期化などを背景に、回復の動きが鈍化するものとみられる。



観光関連

入域観光客数は、46カ月連続で前年を上回った。国内客は15カ月連続で増加し、外国客は36カ月連続で増加した。県内主要ホテルは、稼働率は18カ月連続で前年を上回り、売上高、宿泊収入はともに16カ月連続で前年を上回った。主要観光施設入場者数は43カ月連続で前年を上回った。ゴルフ場は、入場者数は3カ月ぶりに増加し、売上高は2カ月ぶりに前年を上回った。堅調な国内観光需要や外国客の増加により、引き続き好調に推移した。2025年度上半期の入域観光客数は同期比過去最高となった。

先行きは、外国からの訪日意欲が高く外国客の増加が見込まれること、秋の行楽シーズンに伴い国内客の増加も予想されることから、引き続き力強く拡大するとみられる。



雇用関連・その他

新規求人数は、前年同月比1.3%減となり5カ月連続で前年を下回った。産業別にみると、情報通信業、医療・福祉などで減少した。有効求人倍率(季調値)は1.11倍で、前月より0.02ポイント上昇した。完全失業率(季調値)は3.4%と、前月から0.9ポイント上昇した。

消費者物価指数は、前年同月比2.8%の上昇となり、49カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同3.1%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同3.5%の上昇となった。

倒産件数は4件で前年同月から3件増加した。負債総額は4億8,300万円で、前年同月比762.5%増となった。

2025.9

リゅうぎん調査

増減率(%)



消費関連

	前年同月比	前年同期比 (2025.7 - 2025.9)
(1) 百貨店(金額)	0.7	4.1
(2) スーパー(既存店)(金額)	P 11.2	P 2.0
(3) スーパー(全店)(金額)	P 12.2	P 2.9
(4) 新車販売(台数)	▲ 6.0	▲ 1.2
(5) 家電大型専門店販売額(金額)	(8月) 2.8	(6-8月) ▲ 10.7



建設関連

(1) 公共工事請負金額(金額)	▲ 5.2	25.9
(2) 建築着工床面積(m ²)	(8月) ▲ 5.5	(6-8月) ▲ 25.7
(3) 新設住宅着工戸数(戸)	(8月) 9.7	(6-8月) ▲ 15.8
(4) 建設受注額(金額)	▲ 59.5	▲ 58.9
(5) セメント(トン数)	▲ 13.3	▲ 9.2
(6) 生コン(m ³)	▲ 4.7	▲ 7.9
(7) 鋼材(金額)	1.0	▲ 3.2
(8) 木材(金額)	6.7	4.5



観光関連

(1) 入域観光客数(人数)	14.1	8.0
うち外国客数(人数)	20.3	22.0
(2) 県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) P 4.1	(前年同期差) P 2.8
	(実数) P 68.4	(実数) P 70.0
(3) // 売上高(金額)	P 9.8	P 4.9
(4) 観光施設入場者数(人数)	P 4.5	P 5.0
(5) ゴルフ場入場者数(人数)	P 8.6	P 1.0
(6) // 売上高(金額)	P 9.2	P 3.2



その他

(1) 県内新規求人数(人数)	▲ 1.3	▲ 5.8
(2) 有効求人倍率(季調値)	1.11	1.11
(3) 消費者物価指数(総合)	2.8	3.0
(4) 企業倒産件数(件数)	(前年同月差) 3	(前年同期差) 5
(5) 広告収入(県内マスコミ)(金額)	(8月) 1.6	(6-8月) 3.4

(注1) 公共工事請負金額は西日本建設業保証株式会社沖縄支店調べ。建築着工床面積、新設住宅着工戸数は国土交通省調べ。県内新規求人数、有効求人倍率は沖縄労働局調べ。入域観光客数、消費者物価指数は沖縄県調べ。
企業倒産件数は東京商工リサーチ沖縄支店調べ。Pは速報値。
(注2) 有効求人倍率(季調値)と県内新規求人数(人数)は、就業地ベース。

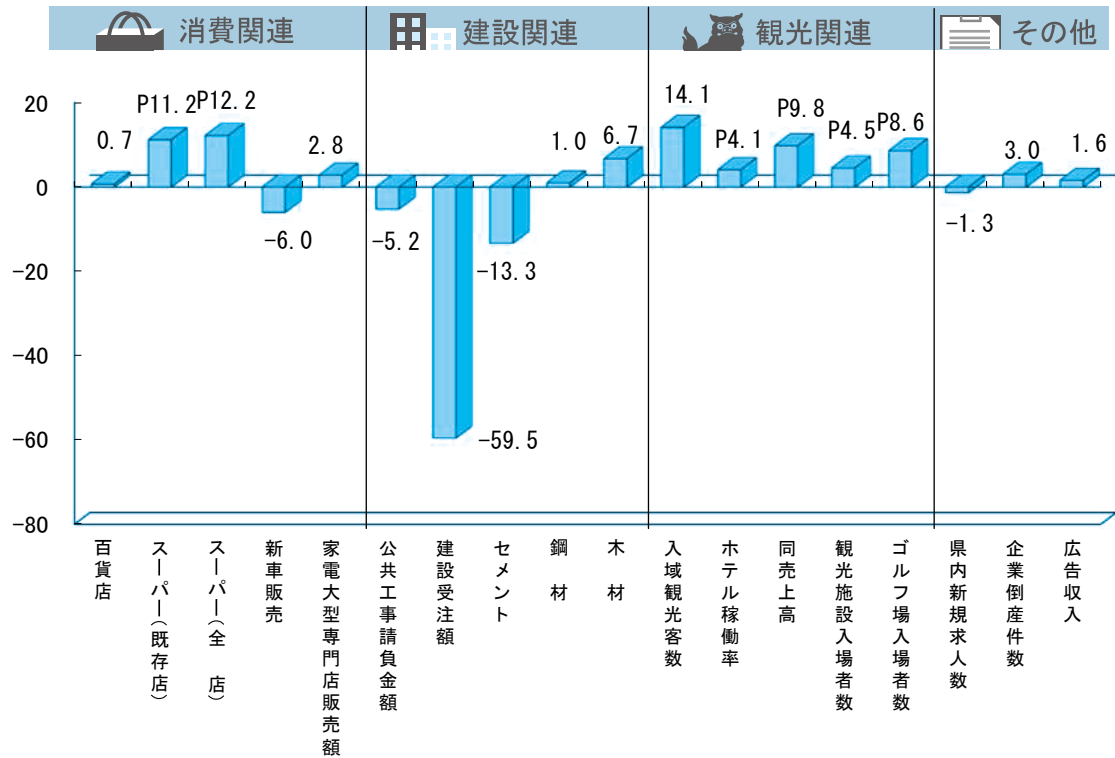
消費
費
関
連

建
設
関
連

観
光
関
連

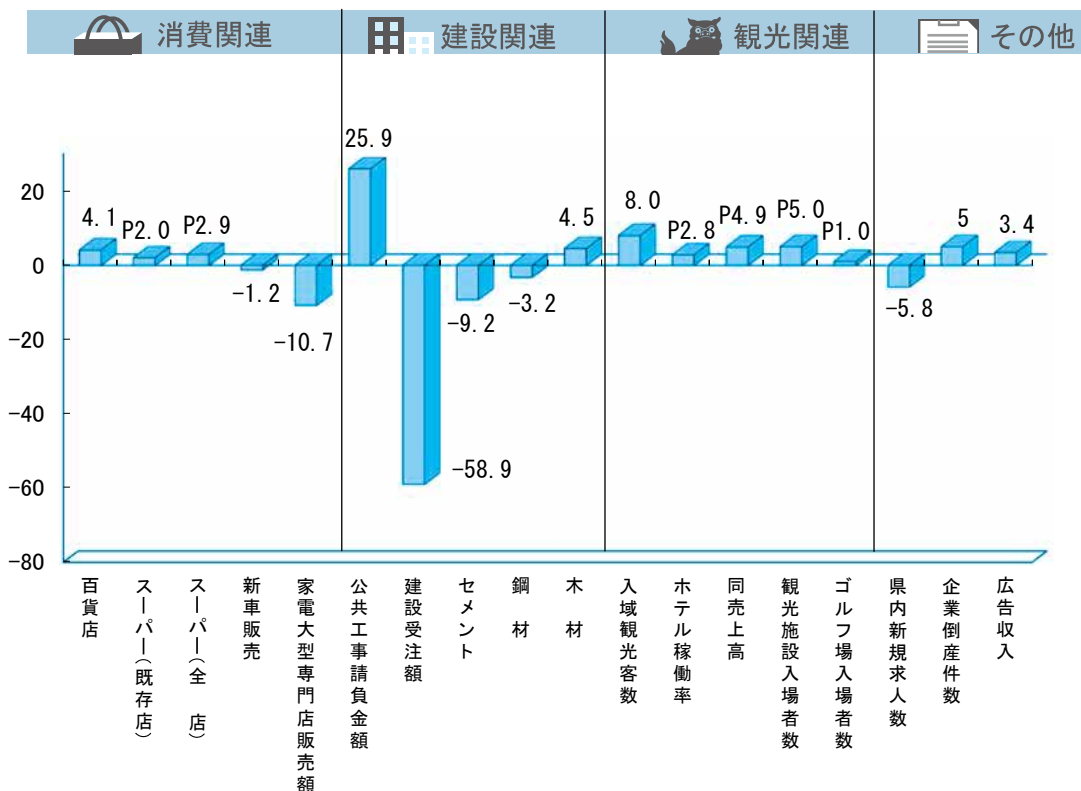
そ
の
他

項目別グラフ 単月 2025.9



(注)家電大型専門店販売額、広告収入は25年8月分。数値は前年比(%)。
ホテル稼働率(%ポイント)、企業倒産件数(件)は前年差。Pは速報値。

項目別グラフ 3カ月 2025.7~2025.9



(注)家電大型専門店販売額、広告収入は25年6月~25年8月分。数値は前年比(%)。
ホテル稼働率(%ポイント)は前年差。企業倒産件数(件)は3カ月の累計件数の前年差。Pは速報値。



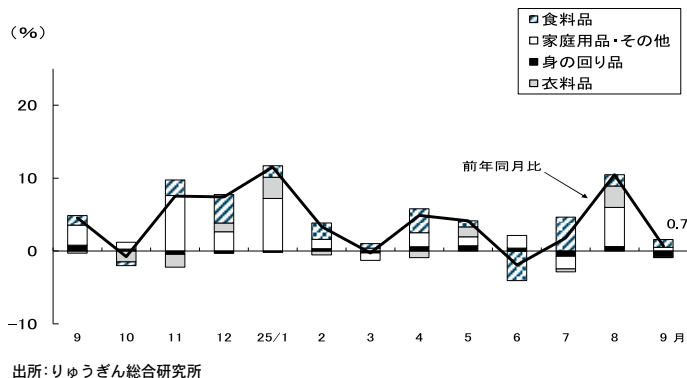
消費関連

① 百貨店売上高（前年同月比）

※棒グラフは品目別寄与度

3カ月連続で増加

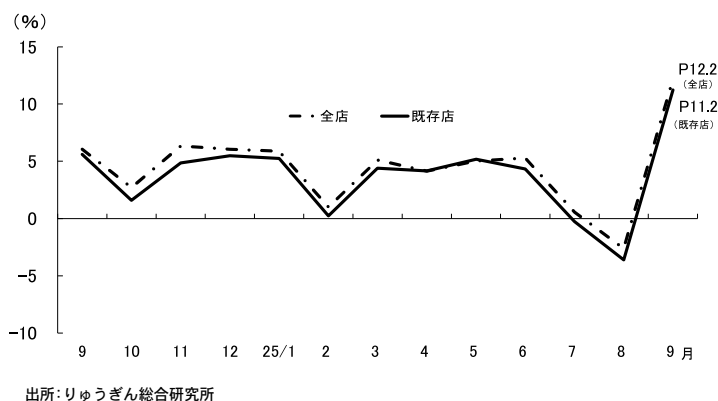
- 百貨店売上高は、前年同月比0.7%増と3カ月連続で前年を上回った。
- 増加幅は縮小したものの、引き続き免税売上が好調に推移したほか、旧盆時期の相違（前年：8月、今年：9月）に伴い食料品が増加したことなどが売上増加に寄与した。
- 品目別にみると、食料品が同2.8%増、家庭用品・その他が同1.7%増、衣料品が同0.4%減、身の回り品が同13.0%減となった。



② スーパー売上高（前年同月比）

既存店は3カ月ぶりに増加、
全店は2カ月ぶりに増加

- スーパー売上高（速報値）は、既存店ベースは前年同月比11.2%増と3カ月ぶりに前年を上回った。
- 食料品は、旧盆時期の相違に伴う売上増加に加え、オードブルなどの高単価商材が好調となり、メリハリ消費の動きがみられた。また、平均気温が高く、季節商材が好調に推移した。
- 品目別にみると、食料品は同13.4%増、衣料品は同6.6%増、住居関連は同0.6%増となった。
- 全店ベースは同12.2%増と2カ月ぶりに前年を上回った。

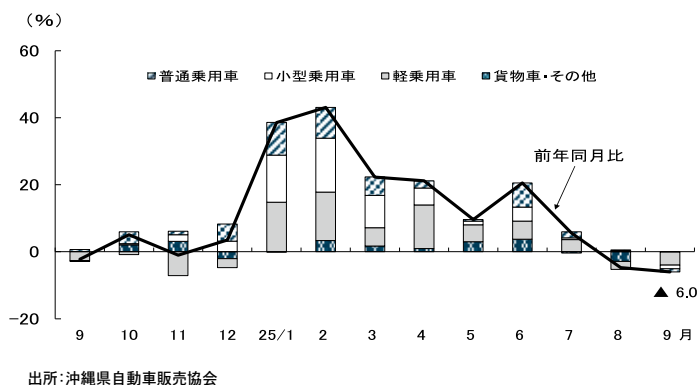


③ 新車販売台数（前年同月比）

※棒グラフは車種別寄与度

2カ月連続で減少

- 新車販売台数は3,729台で、前年同月比6.0%減と2カ月連続で前年を下回った。
- 引き続き観光需要が高く、レンタカー登録台数は増加したものの、自家用車が減少したことなどが全体を押し下げた。
- 車種別にみると、普通自動車（登録車）は1,735台（前年同月比4.1%減）で、うち普通乗用車は828台（同4.3%減）、小型乗用車は654台（同6.3%減）であった。軽自動車（届出車）は1,994台（同7.6%減）で、うち軽乗用車は1,536台（同9.1%減）であった。

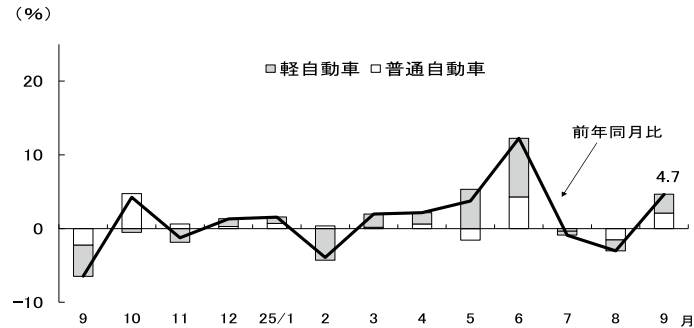


④ 中古自動車販売台数【登録ベース】（前年同月比）

※棒グラフは車種別寄与度

3カ月ぶりに増加

- ・中古自動車販売台数（普通自動車及び軽自動車の合計、登録ベース）は1万8,363台で、前年同月比4.7%増と3カ月ぶりに前年を上回った。
- ・内訳では、普通自動車が7,507台（前年同月比5.1%増）、軽自動車が1万856台（同4.3%増）となった。

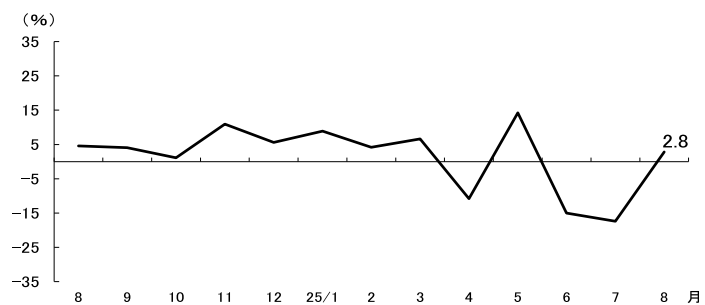


出所：沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

⑤ 家電大型専門店販売額（前年同月比）

3カ月ぶりに増加

- ・家電大型専門店販売額（8月）は、前年同月比2.8%増と3カ月ぶりに前年を上回った。
- ・月を通して晴れた日が多く、平均気温が高く推移したことなどから、エアコンなどの季節商材が好調となった。



出所：経済産業省商業動態統計調査

消費
関連

建設
関連

観光
関連

その他



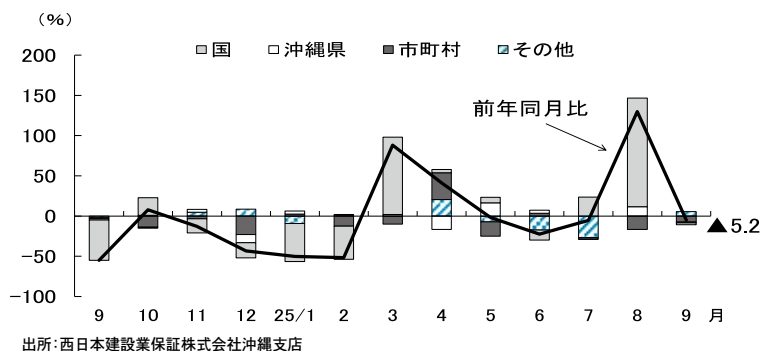
建設関連

① 公共工事請負金額（前年同月比）

※棒グラフは発注者別寄与度

2カ月ぶりに減少

- 公共工事請負金額は、312億80百万円で前年同月比5.2%減となり、2カ月ぶりに前年を下回った。
- 発注者別では、独立行政法人等・その他は同163.9%増となり、国は同5.2%減、県は同4.1%減、市町村は同18.1%減となった。

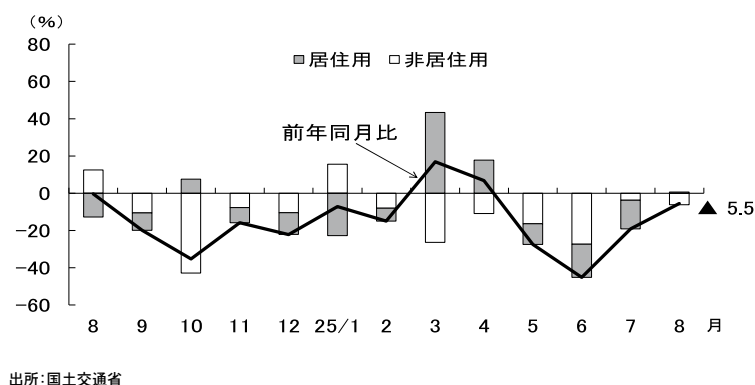


② 建築着工床面積（前年同月比）

※棒グラフは用途別寄与度

4カ月連続で減少

- 建築着工床面積（8月）は9万1,168㎡で前年同月比5.5%減と4カ月連続で前年を下回った。居住用は同1.1%増となり、非居住用は同16.0%減となった。
- 建築着工床面積を用途別（大分類）にみると、居住用では、居住専用は減少し、居住産業併用は増加した。非居住用では、飲食店・宿泊業用などが増加し、卸売・小売業用、その他のサービス業用などが減少した。

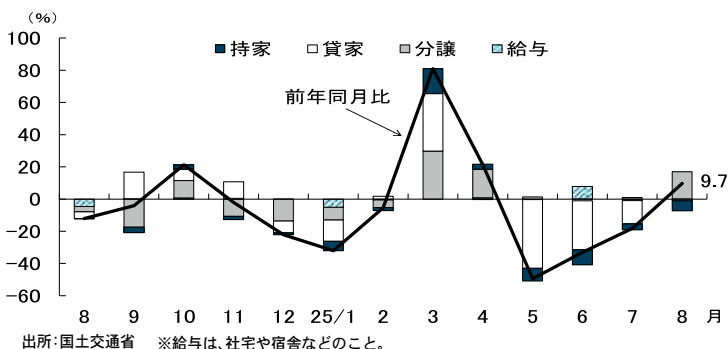


③ 新設住宅着工戸数（前年同月比）

※棒グラフは利用関係別寄与度

4カ月ぶりに増加

- 新設住宅着工戸数（8月）は816戸で前年同月比9.7%増と4カ月ぶりに前年を上回った。
- 利用関係別では、分譲（310戸）が同68.5%増、給与住宅（1戸）が前年同月と同数となり、持家（159戸）が同22.4%減、貸家（346戸）が同2.3%減となった。

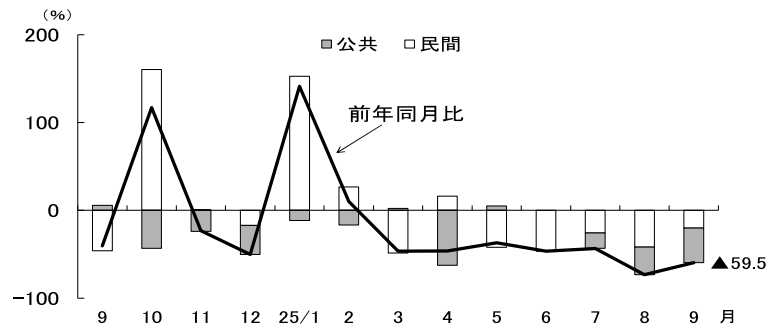


④ 建設受注額（前年同月比）

※棒グラフは発注者別寄与度

7カ月連続で減少

- ・建設受注額（調査先建設会社：17社）は前年同月比59.5%減と7カ月連続で前年を下回った。
- ・発注者別では、公共工事は同89.8%減と4カ月連続で減少し、民間工事は同36.0%減と5カ月連続で減少した。

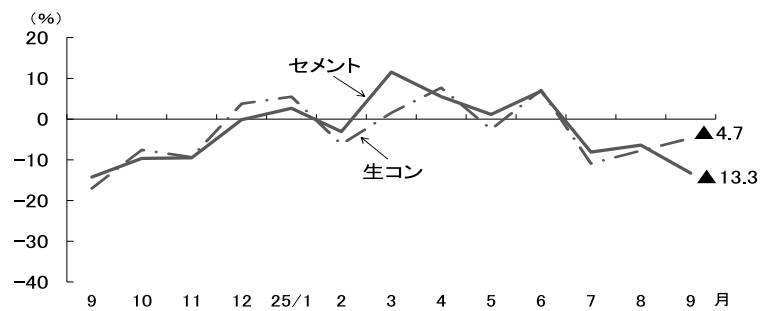


出所：リゅうぎん総合研究所

⑤ セメント・生コン（前年同月比）

セメント、生コンともに3カ月連続で減少

- ・セメント出荷量は5万792トンとなり、前年同月比13.3%減と3カ月連続で前年を下回った。
- ・生コン出荷量は8万8,137m³で同4.7%減と3カ月連続で前年を下回った。生コン出荷量を出荷先別にみると、公共工事では、防衛省向けなどが増加し、学校関連向け、橋梁関連向けなどが減少した。民間工事では、ホテル向けなどが増加し、社屋関連向け、マンション向けなどが減少した。

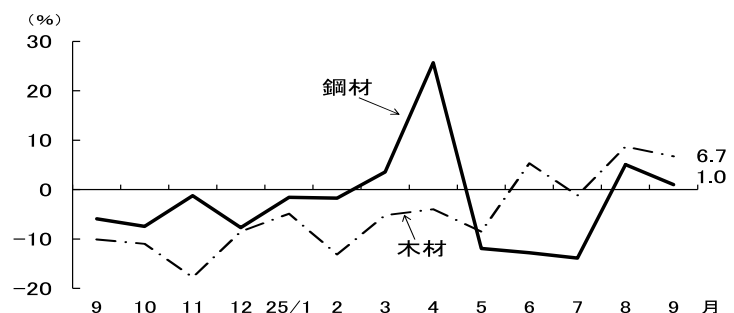


出所：リゅうぎん総合研究所

⑥ 鋼材・木材（前年同月比）

鋼材、木材ともに2カ月連続で増加

- ・鋼材売上高は、出荷量が増加したことなどから前年同月比6.7%増と2カ月連続で前年を上回った。
- ・木材売上高は、出荷量が増加したことなどから同1.0%増と2カ月連続で前年を上回った。



出所：リゅうぎん総合研究所

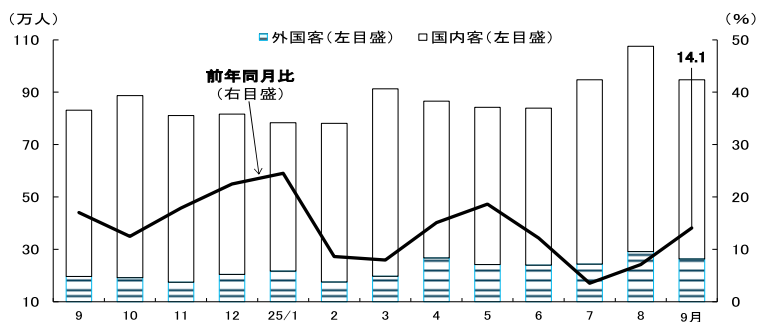


観光関連

① 入域観光客数(実数、前年同月比)

46カ月連続で増加

- ・入域観光客数は、94万8,000人(前年同月比14.1%増)となり、46カ月連続で前年を上回った。
- ・路線別では、空路は85万4,400人(同12.7%増)となり46カ月連続で前年を上回った。海路は9万3,600人(同29.1%増)となり3カ月ぶりに前年を上回った。

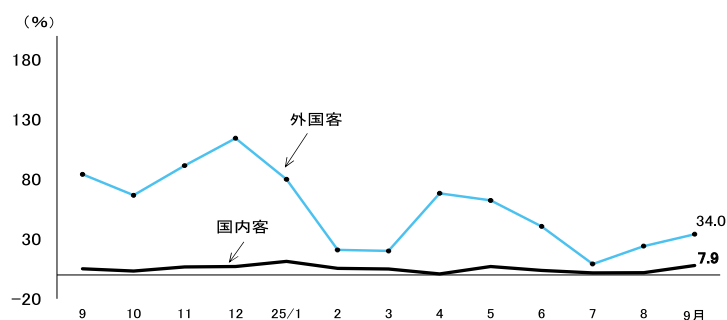


出所: 沖縄県観光政策課

② 入域観光客数【国内客、外国客】(前年同月比)

国内客は15カ月連続で増加、外国客は36カ月連続で増加

- ・国内客は、68万4,900人(前年同月比7.9%増)となり、15カ月連続で前年を上回った。外国客は26万3,100人(同34.0%増)となり、36カ月連続で増加した。
- ・航空会社の増便・臨時便や県内各地のイベント開催などにより好調な推移となった。

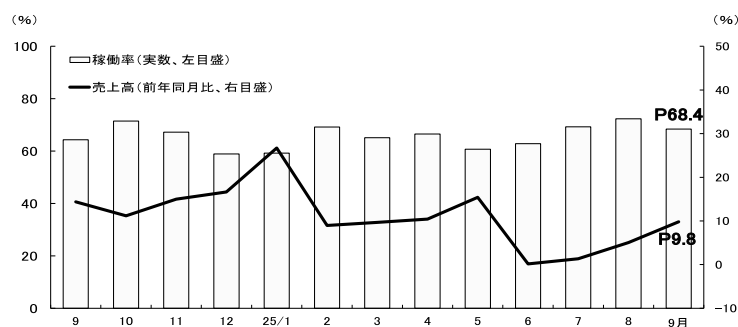


出所: 沖縄県観光政策課

③ 主要ホテル稼働率・売上高(実数、前年同月比)

稼働率は18カ月連続で上昇、売上高は16カ月連続で増加

- ・主要ホテルの客室稼働率(速報値)は68.4%と前年同月差4.1%ポイント上昇し18カ月連続で前年を上回り、売上高は前年同月比9.8%増となり、16カ月連続で前年を上回った。
- ・那覇市内ホテルの客室稼働率は70.4%と同0.1%ポイント上昇し、21カ月連続で前年を上回り、売上高は同15.4%増と22カ月連続で前年を上回った。
- ・リゾート型ホテルの客室稼働率(速報値)は67.6%と同5.5%ポイント上昇し、18カ月連続で前年を上回り、売上高は同8.9%増と3カ月連続で前年を上回った。



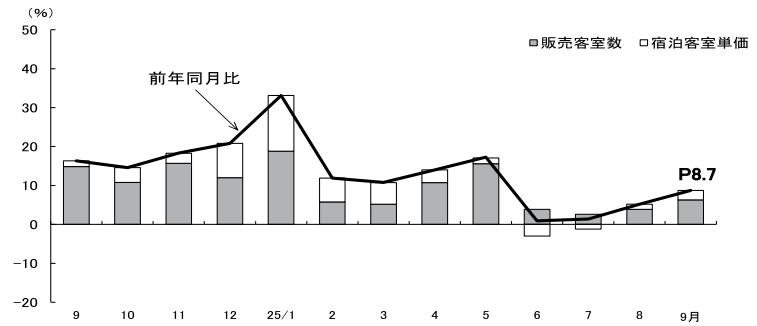
出所: りゅうぎん総合研究所

④ 主要ホテル宿泊収入（前年同月比）

※棒グラフは客室数・単価別寄与度

16カ月連続で増加

- ・主要ホテルの売上高のうち宿泊収入（速報値）は、販売客室数（数量要因）が増加、宿泊客室単価（価格要因）も上昇し、前年同月比8.7%増と16カ月連続で前年を上回った。
- ・那覇市内ホテルは、販売客室数が増加、宿泊客室単価も上昇し、同17.2%増となり21カ月連続で前年を上回った。
- ・リゾート型ホテル（速報値）は、販売客室数が増加、宿泊単価は低下し、同7.3%増となり2カ月連続で前年を上回った。

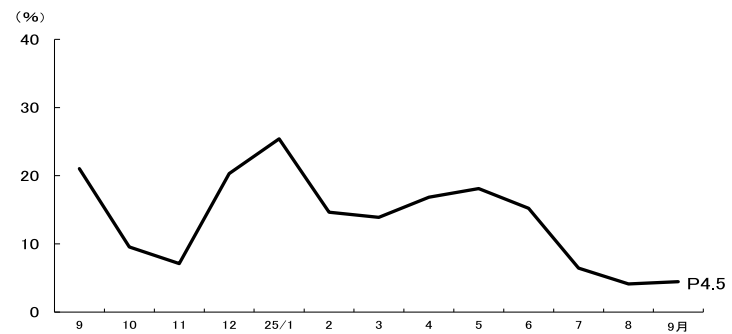


出所：りゅうぎん総合研究所

⑤ 主要観光施設の入場者数（前年同月比）

43カ月連続で増加

- ・主要観光施設の入場者数（速報値）は、前年同月比4.5%増と43カ月連続で前年を上回った。
- ・個人や一般団体旅行等が好調に推移した。

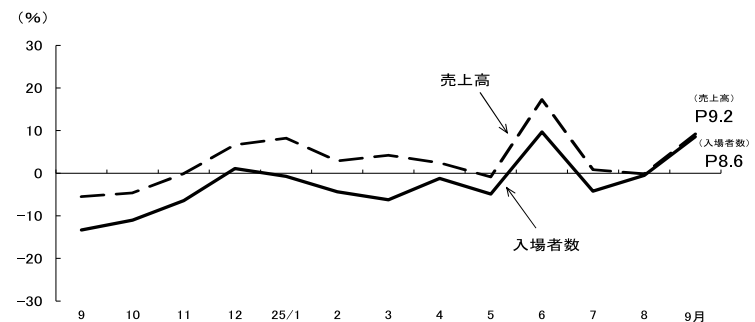


出所：りゅうぎん総合研究所

⑥ 主要ゴルフ場入場者数・売上高（前年同月比）

入場者数は3カ月ぶりに増加、売上高は2カ月ぶりに増加

- ・主要ゴルフ場（速報値）の入場者数は、前年同月比8.6%増と3カ月ぶりに前年を上回った。
- ・県内客は3カ月ぶりに前年を上回り、県外客は7カ月連続で前年を上回った。売上高は同9.2%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
- ・9月は天候に恵まれたことから、入場者数が増加した。



出所：りゅうぎん総合研究所（注）調査先は6施設（うち県外客については4施設）からなる。

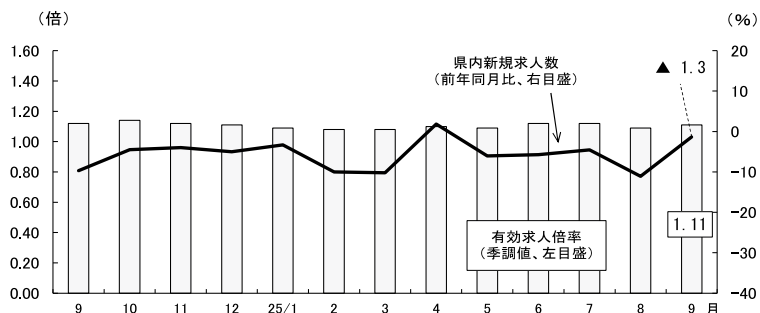


雇用関連・その他

① 雇用関連（新規求人数と有効求人倍率）（再掲）

新規求人数は減少、 有効求人倍率（季調値）は上昇

- ・新規求人数は、前年同月比1.3%減となり5カ月連続で前年を下回った。産業別にみると、情報通信業、医療・福祉などで減少した。有効求人倍率（季調値）は1.11倍で、前月より0.02ポイント上昇した。
- ・労働力人口は80万3,000人で同0.4%増となり、就業者数は77万5,000人で同0.4%増となった。完全失業者数は2万8,000人で前年と同数となり、完全失業率（季調値）は3.4%と、前月から0.9ポイント上昇した。



出所：沖縄労働局（就業地別）

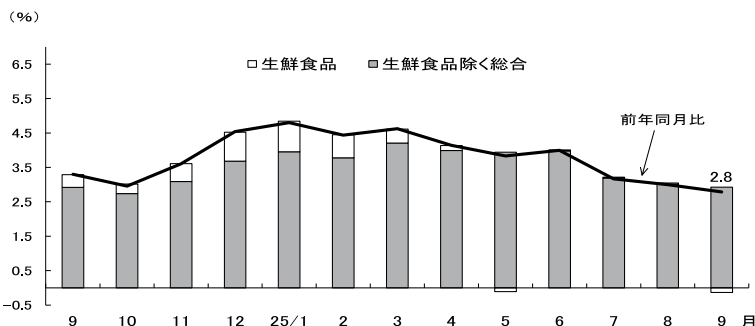
（注）有効求人倍率は、2024年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

② 消費者物価指数【総合】

※棒グラフは品目別寄与度

49カ月連続で上昇

- ・消費者物価指数は、前年同月比2.8%の上昇となり、49カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同3.1%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同3.5%の上昇となった。
- ・費目別の動きをみると、食料、交通・通信などで上昇し、教育などで下落した。



（出所）沖縄県

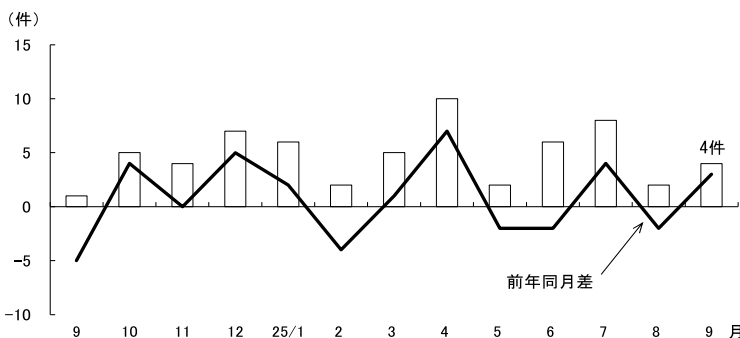
（注1）端数処理の関係で寄与度の合計は前年比と一致しないことがある。

（注2）2020年＝100。

③ 企業倒産

件数、負債総額ともに増加

- ・倒産件数は4件で前年同月から3件増加した。業種別では、農・林・漁・鉱業が1件、建設業が2件、サービス業他が1件となった。
- ・負債総額は4億8,300万円で、前年同月比762.5%増となった。



出所：東京商工リサーチ沖縄支店

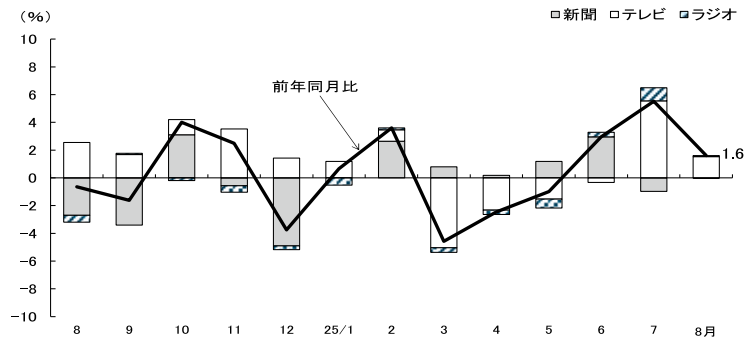
（注）負債総額1,000万円以上

④ 広告収入【マスコミ】（前年同月比）

※棒グラフはメディア別寄与度

3カ月連続で上昇

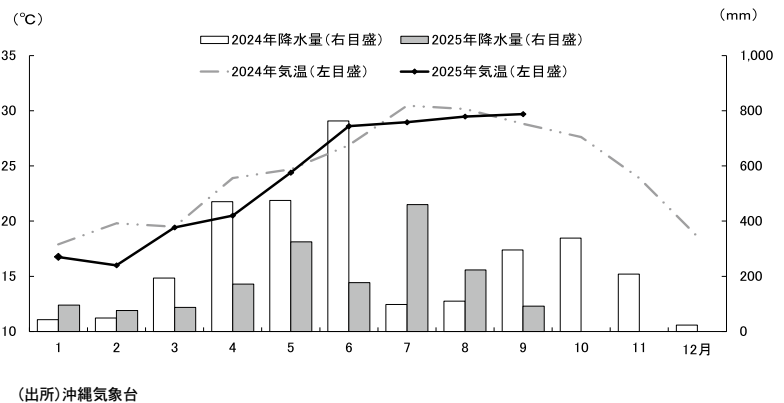
- ・広告収入（マスコミ：8月）は、前年同月比1.6%増と3カ月連続で前年を上回った。
- ・人材マッチング企業や自動車販売の広告需要等があり、前年を上回った。



出所：リゅうぎん総合研究所

参考 気象：平均気温・降水量【那覇】

- ・平均気温は29.7℃で前年同月（28.8℃）より高く、降水量は92.0mmで前年同月（295.5mm）より少なかった。
- ・沖縄地方は、上空の寒気や湿った空気により大気の状態が不安定となった影響で局地的な大雨となった所もあったが、月を通して太平洋高気圧に覆われて晴れた日が多かった。
- ・平均気温は平年よりかなり高く、降水量は平年より少なく、日照時間は平年よりかなり多かった。



（出所）沖縄気象台



若者の県外流出

～つながる仕組みが大切～

りゅうぎん総合研究所 調査研究部 研究員
中地 紀咲

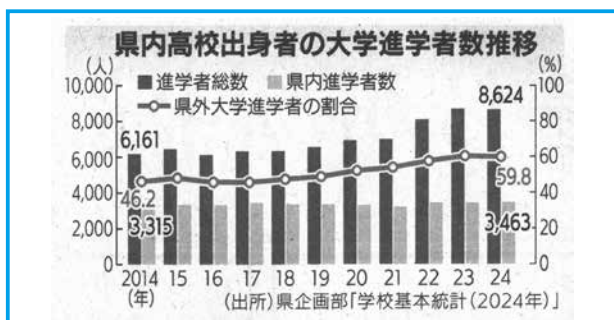
地元志向が強いと言われる沖縄県ですが、最近
は若者の県外流出が目立っています。総務省「住民
基本台帳人口移動報告」によると、2024 年には
10 代後半と 20 代前半の転出超過が約 3,200 人
と、若年層の転出者数が突出しています。

進学や就職をきっかけに地元を出る人が多いの
は全国で見られる傾向ですが、沖縄でも県外への進
学者数は年々増加しています。また卒業後も地元
に戻らず、本土で就職するケースも少なくありません。
もちろんリターンする人もいますが、全体としては
「出て行く人の方が多い」という状況が続いていま
す。

就職する若者にとって、賃金水準は大きな判断
材料です。厚生労働省の調査によれば、沖縄で就職
した高卒者の初任給は東京の 7 割程で、この差が
「県外志向」を強めていることも考えられます。

また県外で培ったスキルや経験を生かせる職場
が県内では限られ、そのまま県外でキャリアを重ね
る人も少なくありません。こうした傾向は、地域の
人手不足を深刻化させ、人口減少と経済停滞が同時
に進むリスクをはらみます。

とはいえ、人材流出を「失う」とだけ捉える必要
はありません。県外で経験を積んだ若者をどう呼
び戻すか、あるいは沖縄に住まずとも、どのように
地域とつながり続けてもらうか、こうした視点がこ
れからの沖縄には欠かせません。「戻れる仕組み」「つ
ながる仕組み」を整えられるかどうか、持続可能
な地域づくりのカギになるでしょう。



伝統文化と観光振興

～付加価値高め調和図る～

りゅうぎん総合研究所 調査研究部 研究員
米須 唯

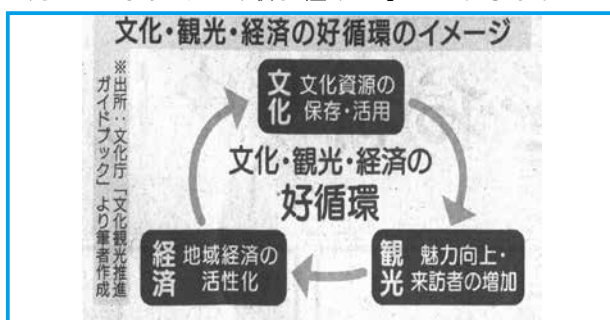
秋のイベントシーズンを迎え、9月以降、県内
各地でさまざまな祭りやイベントが開催されていま
す。これらの催しは、地域の活性化や経済波及効果
にとどまらず、伝統文化の継承や観光振興といった
側面を併せ持つ重要な地域資源として位置付けられ
ます。

近年、観光振興の分野では「スポーツ」「アニメ」
「食」「環境」などの多様なテーマが注目されていま
すが、「文化」もまた、観光の価値を高める重要な
要素の一つです。文化庁では、文化振興を起点に観
光と地域活性化を促進し、その経済効果を文化へ再
投資する好循環の創出を目的に「文化観光推進法」
を制定しています。

地域の精神性に根ざした歴史や芸能、祭りなど
を観光資源として活用することで、伝統文化の保護・
継承につながります。より豊かな観光体験の提供を
通じて、沖縄観光の付加価値の向上も期待されてい
ます。

11 日から3日間にわたり、沖縄の秋の風物詩で
あり県内最大級の伝統文化催事である「那覇大綱挽
まつり」が開催され、12 日はメインイベントの「旗
頭行列」と「那覇大綱挽」が行われます。ギネス世
界記録に認定された「世界一のわら綱」を引き合う
那覇大綱挽は、地域の誇りであると同時に、国内外
から多くの観光客を惹きつける観光資源として高い
価値を有しています。

今後も沖縄の伝統文化を守り、その価値を高め
ながら、観光との調和を図り、持続可能な観光地づ
くりにつなげていく取り組みが求められます。





沖縄の産業まつり

～幅広い産業「今」を凝縮～

りゅうぎん総合研究所 取締役調査研究部長
安仁屋 宗哲

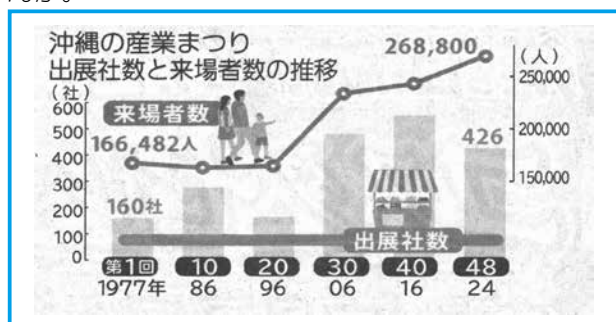
秋の風物詩となった「沖縄の産業まつり」は1977年に始まり、今年は第49回です。県内の「ものづくり」を一堂に集め、県産品の魅力を広く伝えることを目的に、県工業連合会などが主催しています。毎年10月に那覇市の奥武山公園と県立武道館を舞台に盛大に開催されています。

祭り会場では泡盛やビール、食品などのブースに目を奪われがちですが、出展内容はそれらにとどまりません。農林水産物に始まり、建設資材などの工業製品、織物などの工芸品などに加え、住まいに関する情報展や環境問題への取り組み、最新の研究成果の発表もあります。幅広い県内の産業や沖縄の今を体感できるのが大きな魅力です。

観光客にとっても凝縮された沖縄に触れられる良い機会となり、年々その注目度は高まっています。昨年は426の企業・団体が出展し、来場者数は26万人を超えました。

産業まつりは物産展にとどまらず、地域経済の動向を映し出す鏡と言えます。出展分野の広がりや県内の産業構造の変化を示し、来場者の反応は商品開発やブランド戦略の指標となるでしょう。また異業種間の交流は新たな連携やアイデアを生み、地域の未来を形づくる契機となります。

身近にありながら意外と知られていない優れた県産品を発見できるのも、産業まつりの楽しみのひとつです。今年は24日から3日間開催されます。日常に彩りを添える品々や新しいサービスとの出会いを通じて、沖縄の産業の奥深さをのぞいてみませんか。



空間 ID

～屋内の細かな位置特定～

りゅうぎん総合研究所 特命部長
志良堂 猛史

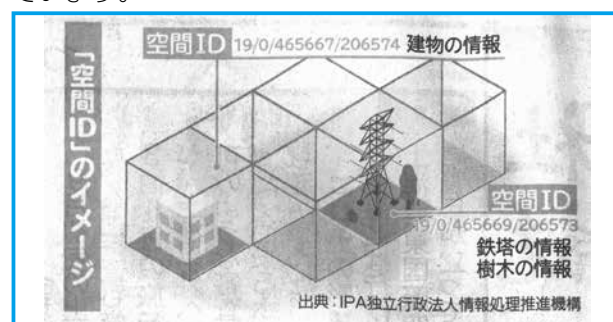
私たちが暮らす世界には、住所だけでは示せない場所が数多くあります。例えば、電線や鉄塔など複雑なインフラがある屋外や屋内のエレベーター前、地下埋設物などは、地図上の住所では特定しづらい場所です。その場所を特定するために注目されているのが「空間 ID」です。

これは地球上の空間を小さな立方体のブロックに分割し、それぞれに番号を付けてデジタル上で管理する仕組みです。この番号を使えば、屋外だけでなく屋内の細かな位置もひと目で特定できるようになります。

日本では情報処理推進機構（IPA）がガイドラインを整え、経済産業省やデジタル庁などの支援のもと、企業や自治体と連携して実証実験が進んでいます。たとえば配送ロボットの目的地登録や建設現場での自動巡回ロボットの経路作成などが活用事例です。従来は手作業で行っていた位置情報の登録を効率化し、コスト削減が期待できます。

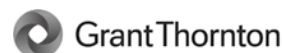
活用は場所の特定にとどまりません。建物に割り当てられた ID に、その構造や設計データ、安全情報、エネルギー使用状況などを集約することで、必要な情報がすぐに取り出せます。災害時には特定の地域や建物の空間 ID を参照することで、避難経路や過去の災害履歴、構造の強度データを瞬時に確認でき、救助活動を迅速にします。

空間 ID の導入は、物理的な空間とデジタル情報を結びつけることで、多様な分野で革新的なソリューションを生み出す土台となることが期待されています。



経営情報

提供：太陽グラントソントン税理士法人



経理部門の基本有用情報
太陽グラントソントン
今月の経理情報 2025年10月

今回のテーマ

企業区分ごとの適用税制等

改正産業競争力強化法において、「中堅企業」が新たに定義されました。大企業、中堅企業、中小企業の企業区分ごとに適用できる優遇税制や補助金制度が異なります。

適用税制例

項目	区分	適用税制例	内容
企業区分	大企業	賃上げ促進税制(大企業向け) 試験研究費の額に係る税額控除 繰越欠損金の控除(限度額：課税所得の50%)	賃上げ促進税制上、継続雇用者給与等支給額が、前事業年度より3%以上増加の場合に適用可能です。 ● 3%以上 → 税額控除率 10% ● 4%以上 → 税額控除率 15% ● 5%以上 → 税額控除率 20% ● 7%以上 → 税額控除率 25%
	中堅企業	賃上げ促進税制(中堅企業向け) 中小企業事業再編投資損失準備金制度	賃上げ促進税制上、継続雇用者給与等支給額が、前事業年度より3%以上増加の場合に適用可能です。 ● 3%以上 → 税額控除率 10% ● 4%以上 → 税額控除率 25%
	中小企業	賃上げ促進税制(中小企業向け) 中小企業者等の少額減価償却資産の特例	賃上げ促進税制上、雇用者給与等支給額が、前事業年度より1.5%以上増加の場合に適用可能です。 ● 1.5%以上 → 税額控除率 15% ● 2.5%以上 → 税額控除率 30%

申請できる補助金例

項目	区分	補助金例	内容
企業区分	大企業	キャリアアップ助成金 (中堅・中小企業も申請可)	非正規雇用労働者のキャリアアップを促進するため、正社員化等を実施した事業主に対して助成。
	中堅企業	中堅・中小企業成長投資補助金	投資額10億円以上の中堅・中小企業が最大50億円の補助金が受けられます。
	中小企業	小規模事業者持続化補助金	生産性向上と持続的発展を図ることを目的とし、機械装置等費や広報費等最大250万円の補助金が受けられます。

お見逃しなく！

大企業とは資本金1億円超かつ常時使用する従業員数が2,000人超、中堅企業とは常時使用する従業員数が2,000人以下、中小企業とは資本金1億円以下かつ常時使用する従業員数が2,000人以下の企業をいいます。

※ 各数値は期末日時点です。また、補助金の種類によって、企業区分が相違することがあります。

お客様のSDGsに関する取組みをりゅうぎんがサポート!



りゅうぎん SDGs応援 サービス



Ryugin SDGs support service

りゅうぎんSDGs応援サービスとは?



お客様のSDGsへの取組状況や、今後取組まれる現時点の課題等を「診断書ツール」を活用して見える化



当行が提供するソリューションにより、個別課題に向けた具体的な取組みをサポート(伴走支援)

サクッと診断! **無料版**

もっとサポート! **有料版**

即時
診断

簡易ヒアリング

診断結果 ▶ 約1日

特 徴

01

深掘りヒアリング

診断結果 ▶ 約1カ月

「SDGs宣言書」の作成

特 徴

02

- ・「SDGs宣言書」の作成
- ・当行HPリリース

伴走支援

特 徴

03

伴走支援

対 象 当行とお取引のある法人・個人事業主のお客様

取扱店 当行全営業店

沖縄県内の主要金融経済指標

	百貨店 売上高	スーパー 売上高 (既存店)	スーパー 売上高 (全 店)	家電大型 専門店 販売額	新車販売 台 数	中古自動 車販売台 数	公共工事請負額		建築着工床面積	
暦年	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	百万円	前年比	千平米	前年比
2022	5.2	2.0	2.5	1.3	▲ 1.2	▲ 7.9	340,357	▲ 1.2	1,519	▲ 3.3
2023	8.4	5.5	6.1	▲ 0.8	19.2	3.6	425,816	25.1	1,337	▲ 12.0
2024	6.0	4.9	5.4	10.2	▲ 9.3	1.5	405,602	▲ 4.7	1,206	▲ 9.8
2024 8	12.0	5.2	5.4	4.6	17.9	11.7	23,591	▲ 12.5	96	▲ 0.3
9	4.6	5.6	6.1	4.1	▲ 2.2	▲ 6.5	33,001	▲ 55.1	86	▲ 19.9
10	▲ 0.8	1.6	2.7	1.1	5.1	4.2	24,622	7.7	94	▲ 35.3
11	7.5	4.9	6.3	10.9	▲ 1.0	▲ 1.2	26,680	▲ 12.9	75	▲ 15.8
12	7.4	5.5	6.1	5.6	3.5	1.3	10,062	▲ 43.5	108	▲ 22.1
2025 1	11.5	5.3	6.1	8.9	38.5	1.6	20,977	▲ 50.2	72	▲ 7.2
2	3.4	0.2	1.0	4.2	43.1	▲ 3.9	26,062	▲ 51.7	64	▲ 15.0
3	▲ 0.3	4.4	5.1	6.6	22.3	2.0	141,950	88.1	121	17.0
4	4.9	4.2	4.1	▲ 10.8	21.2	2.1	20,078	41.1	116	6.9
5	4.1	5.1	4.9	14.2	9.6	3.7	21,968	▲ 2.0	109	▲ 27.5
6	▲ 1.9	P4.3	P5.3	▲ 15.0	20.5	12.2	26,348	▲ 22.7	73	▲ 45.2
7	1.8	P▲0.3	P0.6	▲ 17.4	5.6	▲ 0.9	42,763	▲ 5.6	80	▲ 19.2
8	10.5	P▲3.6	P▲2.6	2.8	▲ 4.7	▲ 3.0	54,259	130.0	91	▲ 5.5
9	0.7	P11.2	P12.2	-	▲ 6.0	4.7	31,280	▲ 5.2	-	-
出所	りゅうぎん総合研究所調べ				自販協	中古 自販協	西日本建設業保証 沖縄支店		国土交通省	

注) 新車販売台数の出所は沖縄県自動車販売協会、中古自動車販売台数は沖縄県中古自動車販売協会。

	新設住宅着工戸数		建 設 受注額	セメント 出荷数量	生コン 出荷数量	鋼 材 売上高	木 材 売上高	手持ち 工事額	建設関連 DI (単月)	建設関連 DI (3カ月移 動平均)
暦年	戸	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	指数	指数	指数
2022	9,179	▲ 5.1	21.0	▲ 1.3	0.5	10.3	9.0	-	-	-
2023	10,183	10.9	32.4	0.6	▲ 0.1	14.6	▲ 2.5	-	-	-
2024	9,703	▲ 4.7	▲ 10.4	▲ 4.1	▲ 2.4	0.7	▲ 0.1	-	-	-
2024 8	744	▲ 12.2	▲ 61.0	17.0	31.0	▲ 3.1	2.7	300.1	▲ 3.7	▲ 6.0
9	810	▲ 4.1	▲ 40.4	▲ 14.2	▲ 17.0	▲ 5.9	▲ 10.1	305.2	▲ 3.4	▲ 7.1
10	906	21.3	117.1	▲ 9.7	▲ 7.6	▲ 7.5	▲ 11.0	299.2	▲ 3.4	▲ 3.5
11	766	▲ 2.0	▲ 23.2	▲ 9.5	▲ 9.3	▲ 1.3	▲ 17.8	299.9	0.0	▲ 2.3
12	858	▲ 22.1	▲ 50.2	▲ 0.2	3.8	▲ 7.7	▲ 8.5	288.7	0.0	▲ 1.1
2025 1	522	▲ 32.0	141.4	2.6	5.5	▲ 1.6	▲ 4.9	290.5	0.0	0.0
2	605	▲ 5.5	10.2	▲ 3.1	▲ 6.2	▲ 1.8	▲ 13.1	289.7	0.0	0.0
3	1,155	81.0	▲ 46.4	11.5	1.5	3.6	▲ 5.2	297.7	0.0	0.0
4	1,034	21.4	▲ 46.3	5.5	7.7	25.7	▲ 4.0	295.4	▲ 3.4	▲ 1.1
5	406	▲ 49.5	▲ 37.0	1.1	▲ 2.5	▲ 11.9	▲ 8.5	291.4	▲ 10.3	▲ 4.6
6	644	▲ 33.1	▲ 46.4	6.8	7.1	▲ 12.8	5.3	280.3	▲ 6.9	▲ 6.9
7	781	▲ 18.2	▲ 43.3	▲ 8.1	▲ 10.9	▲ 13.9	▲ 1.2	254.8	▲ 10.3	▲ 9.2
8	816	9.7	▲ 73.2	▲ 6.4	▲ 7.8	5.1	8.7	254.9	▲ 10.3	▲ 9.2
9	-	-	▲ 59.5	▲ 13.3	▲ 4.7	1.0	6.7	256.0	0.0	▲ 6.9
出所	国土交通省		りゅうぎん総合研究所調べ							

注) 手持ち工事額は、2015年平均＝100とする。

暦年	入域観光客数		入域観光客数のうち外国客		ホテル稼働率 (実数)		ホテル売上高 (前年比)		観光施設 入場者数	ゴルフ場 入場者数
	千人	前年比	千人	前年比	市内	リゾート	市内	リゾート	前年比	前年比
2022	5,697.8	88.9	47.7	100.0	46.9	43.4	92.9	104.3	134.1	4.7
2023	8,235.1	44.5	986.3	1,967.7	57.4	56.0	40.8	33.3	63.0	3.3
2024	9,661.5	17.3	2,125.5	115.4	68.7	59.8	24.5	9.3	16.0	▲ 4.9
2024 8	1,003.8	37.8	235.0	143.8	72.7	62.6	39.5	9.6	43.0	17.8
9	831.0	17.0	196.2	84.1	70.3	62.1	35.4	11.4	21.0	▲ 13.3
10	886.7	12.5	192.3	66.6	76.2	69.7	30.2	8.1	9.6	▲ 11.0
11	810.8	17.8	174.0	91.0	77.5	63.4	33.2	11.0	7.1	▲ 6.5
12	809.5	21.4	197.2	107.1	73.0	53.7	20.9	15.5	20.3	1.1
2025 1	783.4	24.5	216.6	79.9	71.3	54.8	28.4	26.2	25.4	▲ 0.7
2	781.3	8.6	175.1	20.9	78.9	63.6	15.8	7.1	14.6	▲ 4.4
3	912.4	8.0	197.0	20.0	76.3	60.9	21.6	7.1	13.9	P▲6.2
4	865.8	15.1	267.3	68.2	73.5	63.9	19.1	8.8	16.8	P▲1.2
5	842.7	18.6	241.7	62.3	69.0	55.5	31.4	9.5	18.1	P▲4.9
6	838.9	12.2	239.5	40.6	71.9	59.1	9.2	▲2.6	15.2	P9.7
7	947.8	3.5	243.6	9.2	72.5	68.1	9.8	0.3	6.4	P▲4.2
8	1,075.0	7.1	291.6	24.1	75.6	71.1	13.5	4.1	3.9	P▲0.5
9	948.0	14.1	263.1	34.0	70.4	P67.6	15.4	P8.9	P4.5	P8.6
出所	県文化観光スポーツ部 観光政策課				りゅうぎん総合研究所調べ					

暦年	企業倒 産件数	負債総額		消費者 物価指数	失業率 (季調値)	就業者数	有効求人 倍率 (季調値)	新 規 求人数 (県内)	広告 収入
	件	百万円	前年比	前年比	%	前年比	倍	前年比	前年比
2022	34	6,120	▲ 44.3	2.8	3.3	2.1	0.98	22.5	▲ 2.9
2023	40	3,398	▲ 44.5	3.7	3.3	1.7	1.16	7.5	▲ 2.6
2024	54	5,479	61.2	3.3	3.2	1.2	1.13	▲ 4.2	▲ 0.2
2024 8	4	201	905.0	3.0	2.8	3.7	1.12	4.7	▲ 0.7
9	1	56	▲ 92.7	3.3	3.4	1.4	1.12	▲ 9.7	▲ 1.6
10	5	537	168.5	3.0	3.4	▲ 1.3	1.14	▲ 4.5	4.0
11	4	287	20.1	3.6	3.2	1.0	1.12	▲ 4.0	2.5
12	7	491	346.4	4.5	3.1	1.9	1.11	▲ 5.0	▲ 3.7
2025 1	6	336	▲ 19.2	4.8	2.7	0.6	1.09	▲ 3.3	0.7
2	2	98	▲ 37.6	4.5	2.1	0.4	1.08	▲ 10.0	3.6
3	5	316	179.6	4.6	3.1	0.4	1.08	▲ 10.2	3.1
4	10	535	184.6	4.1	3.9	0.7	1.10	1.9	▲ 2.5
5	2	280	409.1	3.8	3.0	1.7	1.09	▲ 6.0	▲ 1.0
6	6	653	▲ 65.2	4.0	3.0	0.4	1.12	▲ 5.7	3.0
7	8	891	▲ 18.9	3.2	2.9	▲ 0.5	1.12	▲ 4.5	5.5
8	2	200	▲ 0.5	3.0	2.5	1.8	1.09	▲ 11.1	1.6
9	4	483	762.5	2.8	3.4	0.4	1.11	▲ 1.3	-
出所	東京商工リサーチ沖縄支店			県企画部統計課		沖縄労働局		りゅうぎん 総研調べ	

注) 消費者物価指数は、2021年7月より2020年＝100に改定された。

注) 失業率と有効求人倍率は、2024年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

注) 有効求人倍率(季調値)と新規求人数は、就業地ベース。

	銀行券 発行額	銀行券 還収額	銀行券 増減 (▲還収超)	貸出 金利 (地銀3行)	県内金融機関 の預金残高 (末残)		地銀3行預金量 (信託勘定含む末残)		地銀3行融資量 (信託勘定含む末残)	
年度	億円	億円	億円	%	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比
2022FY	2,581	3,453	▲ 873	1.332	60,834	3.6	60,065	3.5	41,959	2.3
2023FY	2,533	4,025	▲ 1,492	1.318	62,838	3.3	62,058	3.3	43,558	3.8
2024FY	3,259	5,033	▲ 1,775	1.420	62,889	0.1	62,117	0.1	45,239	3.9
2024 8	279	584	▲ 305	1.311	63,652	2.2	62,812	2.1	43,433	4.5
9	201	381	▲ 179	1.316	63,344	1.8	62,606	1.8	43,566	4.2
10	242	492	▲ 250	1.373	62,937	1.7	62,115	1.5	43,558	4.6
11	208	362	▲ 154	1.374	63,526	2.4	62,719	2.4	43,885	5.1
12	476	211	265	1.420	63,599	2.6	62,829	2.7	43,933	4.0
2025 1	161	589	▲ 427	1.423	62,709	1.7	61,867	1.6	44,059	4.3
2	217	385	▲ 168	1.420	62,619	1.7	61,886	1.8	44,573	5.1
3	252	390	▲ 137	1.487	62,889	0.1	62,117	0.1	45,239	3.9
4	250	333	▲ 82	1.531	64,184	1.3	63,446	1.3	44,886	5.3
5	191	668	▲ 476	1.537	64,061	1.5	63,253	1.5	44,954	5.3
6	236	396	▲ 160	1.599	64,224	1.0	63,507	1.1	45,091	5.2
7	249	423	▲ 174	1.605	63,834	0.6	62,974	0.5	45,113	4.5
8	228	339	▲ 110	1.603	64,247	0.9	63,391	0.9	45,357	4.4
9	-	-	-	-	-	-	63,032	0.7	45,772	5.1
出所	日本銀行那覇支店				日本銀行本店		沖縄県銀行協会			

注) 銀行券増減は、端数調整により一致しない場合がある。

注) 貸出金利は、暦年ベース。

	沖縄振興開発 金融公庫融資量 (末残)		沖縄県信用保証協会 債務残高(末残)		鉱工業生産指数 (季調値)		通関 輸出	通関 輸入
年度	億円	前年比	億円	前年比	2020年=100	前年比	百万円	百万円
2022FY	10,667	2.3	3,006	0.0	-	-	75,417	302,815
2023FY	10,197	▲ 4.4	2,919	▲ 2.9	-	-	52,671	288,310
2024FY	9,827	▲ 3.6	2,696	▲ 7.8	-	-	41,614	304,121
2024 8	9,877	▲ 4.0	2,810	▲ 5.2	70.9	3.1	2,076	38,014
9	9,811	▲ 4.2	2,792	▲ 5.7	71.3	▲ 9.4	1,810	12,758
10	9,678	▲ 6.2	2,788	▲ 5.6	74.0	1.5	2,062	14,711
11	9,631	▲ 6.4	2,778	▲ 6.0	69.8	▲ 9.4	1,968	24,723
12	9,600	▲ 6.3	2,761	▲ 6.3	92.8	▲ 0.9	2,040	45,032
2025 1	9,567	▲ 6.2	2,747	▲ 6.4	92.7	▲ 12.7	1,915	22,405
2	9,512	▲ 6.8	2,717	▲ 7.1	80.5	▲ 13.9	11,433	22,700
3	9,827	▲ 3.6	2,696	▲ 7.8	91.1	0.4	2,631	17,269
4	9,768	▲ 3.7	2,660	▲ 7.7	91.1	4.6	1,975	21,291
5	9,725	▲ 3.5	2,636	▲ 7.7	90.9	▲ 0.7	1,841	37,615
6	9,674	▲ 3.4	2,618	▲ 7.9	91.1	0.1	5,718	60,742
7	9,587	▲ 3.2	2,596	▲ 8.3	91.0	▲ 2.8	3,056	24,731
8	9,566	▲ 3.1	2,585	▲ 8.0	-	-	1,703	15,200
9	9,495	▲ 3.2	2,569	▲ 8.0	-	-	2,363	21,183
出所	沖縄振興開発金融 公庫		沖縄県信用保証協会		県企画部統計課		沖縄地区税関	

注) 県内金融機関の預金残高は、19年2月分より日本銀行(本店)ホームページ上で公表している県内預金合計に遡及改訂した。

注) 鉱工業生産指数は暦年ベース。暦年値、前年比は原指数の増減率。 2024年11月より2020年=100に改定された。

注) 貿易概況は、暦年ベース。

りゅうぎんポイントサービス



ポイント数に応じて
サービスいろいろ!

とくとく特典!

ポイントサービスのお申し込みがまだの方は、店頭
のポイントサービス申込み用紙にご記入のうえ、窓
口または郵便にてお申し込みください。

特典
1

ATM時間外手数料が
無料! ※当行ATM
利用時のみ

特典
2

当行本支店間の振込手数料が
無料! ※キャッシュカード
使用時のみ

ポイントサービスとは

日頃お世話になっているお客さまに対し、毎月のお取引内容をポイント化し、その合計ポイントに応じて手数料
割引または金利優遇等の特典が受けられるサービスのことをいいます。

シルバーコース **50point** 以上 ゴールドコース **100point** 以上 エクセレントコース **200point** 以上

お問い合わせは右記のフリーコールまで **0120-19-8689** 受付/9:00-17:00
(銀行休業日は除きます)

特集レポートバックナンバー

■令和6年

5月 No.655 (RRI no.214) 経営トップに聞く 琉球スポーツアカデミー株式会社
特集1 宮古島の観光と水問題について
特集2 沖縄県のデジタルツイン実現に向けた3D
都市モデル整備と活用促進
特集3 2023年度の沖縄県経済の動向

6月 No.656 (RRI no.215) 経営トップに聞く 学校法人興南学園
企業探訪 株式会社琉佐美
特集1 沖縄県の主要経済指標

7月 No.657 (RRI no.216) 経営トップに聞く 株式会社日進商会
特集1 ダイキンオーキッドレディスゴルフトーナ
メント開催が沖縄にもたらす効果
特集2 県産品利用実態アンケート調査にみる製造
業振興に向けた課題と提言

8月 No.658 (RRI no.217) 経営トップに聞く 株式会社フードリボン
特集1 沖縄県におけるスポーツツーリズムの実態調査
特集2 沖縄県内における2024年プロ野球
春季キャンプの経済効果

9月 No.659 (RRI no.218) 経営トップに聞く 株式会社ライフコーポレーション
特集1 沖縄県内における台湾からの入域客の動向
特集2 沖縄県内におけるバス・タクシー運転手不
足の現状と課題解決に向けた検討

10月 No.660 (RRI no.219) 経営トップに聞く 一般社団法人光の子グループ
特集 沖縄県内のマリンレジャー業界の現状と課題

11月12月合併 No.661 (RRI no.220) 経営トップに聞く 株式会社日本バイオテック
特集1 医師の働き方改革と沖縄県が抱える医療の課題
特集2 沖縄県内におけるジャパンウィンターリー
グ開催による経済効果
特集3 コロナ後の沖縄県の景気動向

■令和7年

1月 No.662 (RRI no.221) 経営トップに聞く 株式会社あしびかんばにー
企業探訪 有限会社首里琉染
特集 沖縄県内のホテル施設調査と需給バラン
スからみた課題と持続可能な観光へ向け
た取り組み

2月 No.663 (RRI no.222) 経営トップに聞く 株式会社西自動車商会
特集1 沖縄県の労働市場の構造変化と今後の課
題と展望
特集2 沖縄県経済2024年の回顧と2025年の展望

3月 No.664 (RRI no.223) 経営トップに聞く 株式会社昭和制作
特集 沖縄県における国発注公共工事の経済
効果と建設業振興に向けた提言

4月 No.665 (RRI no.224) 経営トップに聞く 株式会社丸中商会
特集 沖縄県のスマート防災ネットワークの構築
に向けた提言

5月 No.666 (RRI no.225) 経営トップに聞く 有限会社ケアセンターきらめき
特集1 沖縄県内の在留外国人の動向と行政の多文
化共生への取り組み
特集2 沖縄県における一戸建て住宅着工の動向
と県内住宅市場の今後の展望
特集3 沖縄県内の第三次産業における県内企業優
先利用に向けた検討

6月 No.667 (RRI no.226) 経営トップに聞く 有限会社創
特集1 沖縄県内の空港グランドハンドリングの現
状と課題
特集2 2024年度の沖縄県経済の動向

7月 No.668 (RRI no.227) 経営トップに聞く 照屋電気工事株式会社
特集 トランプ関税政策に関する沖縄県内事業者
578社調査

8月 No.669 (RRI no.228) 経営トップに聞く 有限会社幸地建設
特集1 県産品利用実態アンケート調査にみる製造業の
実態とOEMの可能性
特集2 沖縄県の主要経済指標

9月 No.670 (RRI no.229) 経営トップに聞く 株式会社沖縄総合フーズ
特集1 沖縄県内における自治体・災害実動機関の連携
強化を目的としたSP防災の実施について
特集2 沖縄県の労働需給問題について

10月 No.671 (RRI no.230) 経営トップに聞く 株式会社メイクマン
特集1 ダイキンオーキッドレディスゴルフトーナメント
開催が沖縄にもたらす効果
特集2 沖縄のSociety5.0を考えるPART2 第1回

11月 No.672 (RRI no.231) 経営トップに聞く 有限会社宮城解体
企業探訪 株式会社マグナデザインネット
特集1 沖縄県内における2025年プロ野球春季キャンプ
の経済効果
特集2 沖縄のSociety5.0を考えるPART2 第2回

忘新年会の景品やお歳暮に／

OCS商品券



ご注文は
WEBから！



※収益の一部を沖縄県首里城歴史文化継承支援募金活動事務局に寄付します。

名護周辺の
皆さまへ朗報！

2025年11月17日月 道の駅許田で取り扱いスタート！

お問い合わせ



OCSサポートセンター 営業時間 / 平日 9:00~17:00

Tel 098-901-0094(9#)



OCS

琉球銀行グループ
BANK OF THE RYUKYUS GROUP

りゅうぎん調査

No.673

令和7年12月1日発行

発行所：株式会社りゅうぎん総合研究所

〒900-0025 那覇市壺川1丁目1番地9

りゅうぎん健保会館3階

TEL 835-4650 FAX 833-3732

印刷：沖縄高速印刷株式会社



1200

古紙配合率60%再生紙を使用しています